www.doubs.cci.fr

expression active



LE MAGAZINE ÉCONOMIQUE DE LA CCI DU DOUBS

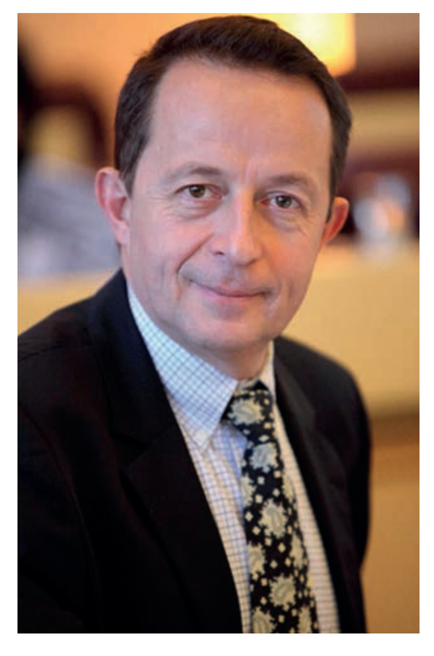
n°58
juillet > septembre 2014

CULTURE

LE BON FILON DES FESTIVALS

édito

PAR DOMINIQUE ROY
PRÉSIDENT DE LA CCI DU DOUBS



Plan d'économie

Le réseau consulaire est menacé ! Le Gouvernement envisage en effet une diminution du quart de la ressource fiscale qui lui est attribué (elle représente pour notre Chambre 60% de nos recettes) et de près du tiers de ses réserves, fruits d'une gestion exemplaire. Je suis aujourd'hui très inquiet quant à l'avenir des CCI et donc pour le service rendu aux territoires et aux entreprises.
Depuis 2010, nous avons résolument engagé la régionalisation de notre réseau. Pour la Chambre du Doubs, cela s'est déjà traduit par une évolution marquée puisque, malgré notre poids économique d'environ 50% au plan régional, il ne nous est affecté en 2014 qu'environ 33% de la ressource fiscale perçue régionalement. Par ailleurs nous avons déjà largement contribué à la diminution des dépenses publiques avec un plan d'économie de 15% sur 3 ans entre 2010 et 2012 ainsi qu'une baisse de 20% de ses ressources fiscales cette année.
Au moment où sort ce magazine, des échanges sont conduits avec M. le ministre de Tutelle sur les ressources des CCI pour les 3 prochaines années. Et les négociations sont dans l'impasse…
Les coupes sombres qui s'annoncent ont une traduction immédiate sur notre environnement économique : fermetures inévitables de CFA ; équipements (ports, aéroports, parcs d'exposition…) menacés partout en France ; arrêt des investissements dans notre région comme ailleurs... Au final se profile donc un ralentissement de l'activité économique au moment où les CCI pourraient donner une impulsion forte pour accompagner la reprise des entreprises et donc l'emploi.
Je souhaite également vous préciser, que cette baisse des ressources des CCI ne profitera pas ou peu aux entreprises. En effet, la ponction réalisée par le Gouvernement réoriente la majorité des recettes vers le budget général de l'État.
J'ai toujours revendiqué l'engagement bénévole des dirigeants d'entreprises au service de leurs pairs et je demeure convaincu que leur expertise et leur action font des CCI le maillon de proximité incontestable entre le tissu économique et les pouvoirs publics. Aujourd'hui, il est plus que jamais temps de nous mobiliser pour le faire savoir !

Toujours fidèlement à votre service.

sommaire





Journal de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Doubs, 46 av. Villarceau, 25042 Besançon cedex, Tél. 03 81 25 25 25 - Contact : **expression.active@doubs.cci.fr** - Directeur de la publication : Dominique Roy, président de la CCI du Doubs - Rédacteur en chef : Sylvie Dejour-Albahary - Chef de projet : Corinne Nevière - Ont collaboré à ce numéro : Pierre Accard, Monique Clémens, Élise François-Dainville, NF2 (Agence de Presse), Blandine Sauter - Photographies : Laurent Cheviet, DER - Maquette : Magazine - Mise en page : Cécile Blary, CCI du Doubs - Abonnement : 25 euros par an. Publicité : MCC, tél. 03 81 55 44 44. www.doubs.cci.fr - Dépôt légal : 2e trimestre 2005. ISSN : 1637-9454. Imprimerie Simon GRAPHIC.
Photo couverture : Festival rencontres & Racines à Audincourt - © Daniel Bravo.

conjoncture éco

Cette analyse est produite par le Département « études économiques et territoriales » de la CCI du Doubs au 23 juin 2014

Une situation au ralenti

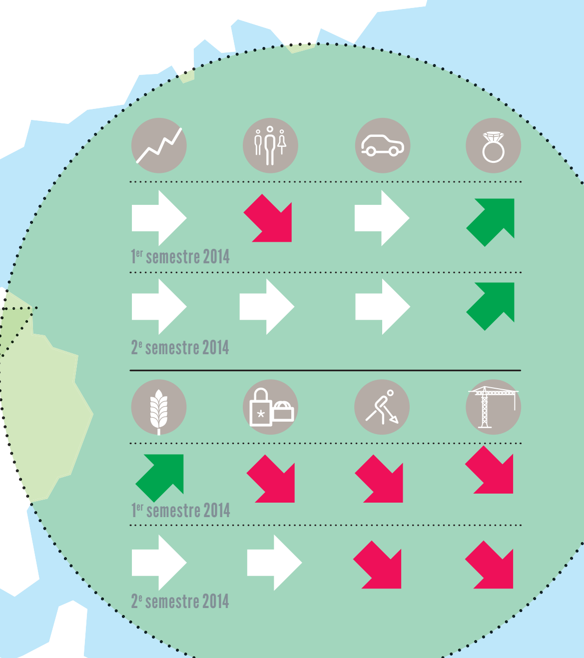
Le Grand Besançon (CAGB+) :

Événements

• **Deux moments forts sont inscrits à l'agenda**
- Le Tour de France, les 15 et 16 juillet, place la capitale comtoise sous les projecteurs.
- Le démarrage du tramway, en septembre, est attendu, en particulier par les acteurs du commerce, impatients de passer à l'étape suivante, celle de la mise en service.

• **Si l'activité industrielle est globalement stable,** les investissements stagnent par manque de visibilité.

La crise dans le secteur transport, la récession dans la construction s'aggravent, comme partout en France, au risque de menacer la pérennité de secteurs indispensables au développement local.

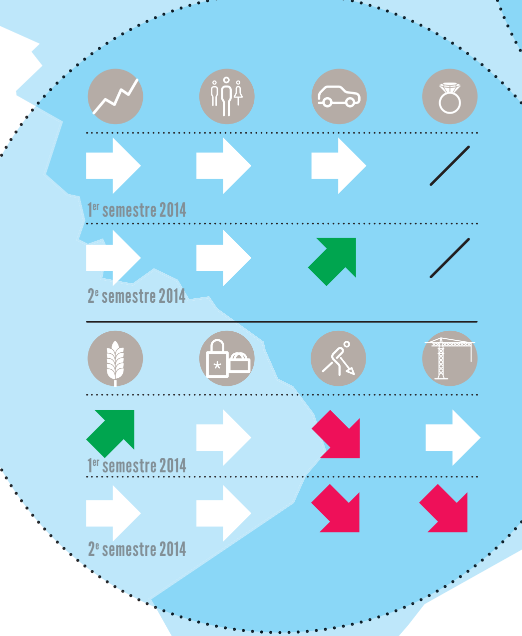


Haut-Doubs :

Pause

Les tensions sur le marché local de l'emploi font que les nouveaux salariés, en particulier dans l'industrie, sont de plus en plus des résidents du bassin économique de Besançon.

· **Commerce** : une conjoncture favorable, une consommation en dents de scie, un moral des ménages affecté par la fin du droit d'option et la votation suisse du 9 février contre la libre circulation.
· **Industrie** : chez Schrader, les investissements se poursuivent, portés par la généralisation des valves pour pneumatique intelligentes.




croissance


emploi


industrie agro-alimentaire

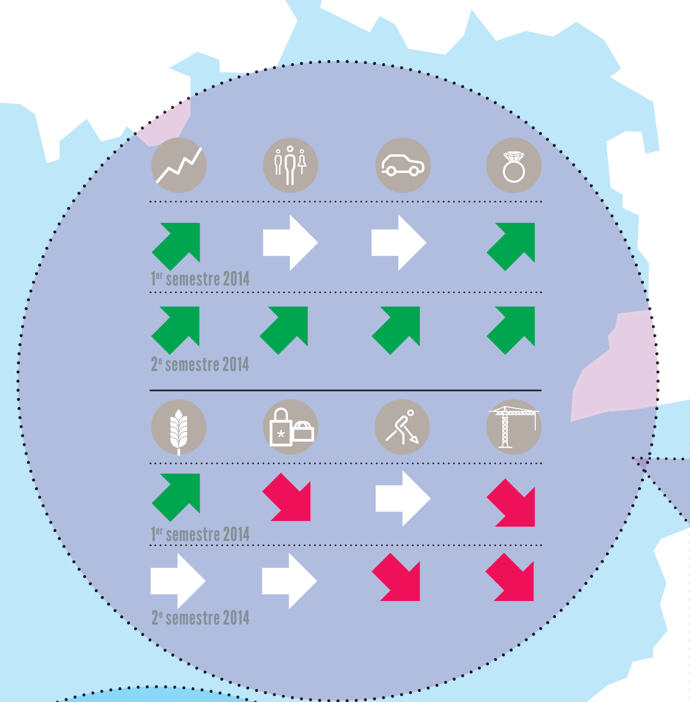

luxe


automobile


commerce

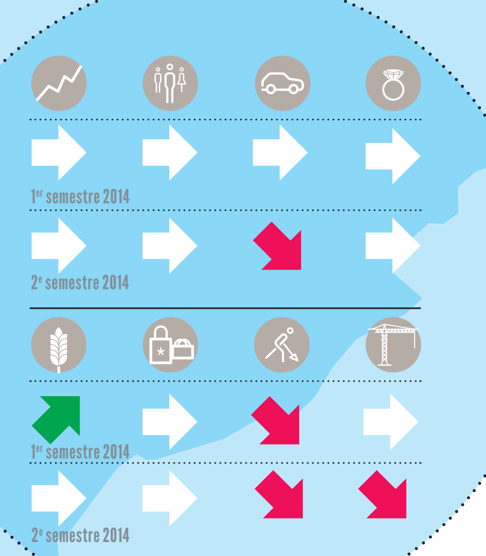

travaux publics


bâtiment



L'agglomération de Montbéliard :
Reprises

Industrie :
• Reprise de la production sur le site de Sochaux, porté par la 308. Même si les effets du redémarrage sur le dynamisme d'ensemble de l'Aire urbaine sont pour l'heure encore peu perceptibles.
• Reprise d'Alstom : General Electric, le favori des acteurs locaux emporte la mise.
Les projets d'infrastructures (BHNS, Grospierrons) sont étudiés par les nouveaux élus. La filière BTP, le monde du commerce sont dans l'expectative.



Pays Horloger :
Stabilisation

• **Le maintien à haut niveau de l'emploi horloger en Suisse voisine** permet d'envisager la consolidation voire l'optimisation de l'écosystème frontalier en place (sous-traitance industrielle, formation transnationale, déplacements, dynamisme commercial…).
• **Commerce** : l'attractivité se développe, dans une logique d'offre, à destination d'une clientèle élargie à l'ensemble des habitants franco-suisses de l'Aire Urbaine du Doubs (AUD).

Ce qu'on peut retenir :

La croissance de l'économie française a été nulle au premier trimestre 2014, sans doute le symptôme d'un attentisme généralisé. On note que la production industrielle française reste inférieure de 16% à son niveau de 2007, d'avant crise. Une diminution importante difficilement réversible.

SUISSE ET ALLEMAGNE,

• L'Allemagne a désormais retrouvé son niveau de production industrielle de 2007. Une confirmation du dynamisme économique durable de la première puissance européenne.
• La Suisse voisine abandonne le projet d'imposer les frontaliers à la source. Des revenus potentiellement conséquents qui n'abonderont pas, comme c'est le cas sur le bassin genevois, le budget des communes françaises proches de la frontière.

made in Doubs ... et alentours

la distillerie Guy présente le Sapont

Le Sapont résulte du mariage subtil et harmonieux de deux boissons quasi mythiques. L'une, Le Vert Sapin, fut créée en 1902 par Armand Guy, fondateur de la distillerie. Cette liqueur – « *exquise et salutaire* » disaient les publicités de l'époque – est une recette à base de bourgeons de sapins (et non d'épicéas) récoltés autour de Pontarlier, et de quelques autres plantes qui lui confèrent sa belle couleur émeraude. L'autre, c'est le Pontarlier-Anis, inventé en 1921. Cet alcool anisé, que l'on ne présente plus, jouit d'une sympathie telle que l'on a vu, en 2013, un groupe d'amateurs créer une page Facebook dédiée à leur boisson favorite. Depuis lors, cette page s'enrichit régulièrement de photos prises sur tous les continents, et l'on peut y voir la fameuse bouteille au premier plan de sites illustres et de paysages grandioses. La recette de ces deux boissons ne figure sur aucun document; elle se transmet oralement, de génération en génération. Il en sera de même pour la recette du Sapont imaginée par François Guy, l'actuel dirigeant de la distillerie. Tout au plus sait-on qu'une infusion de bourgeons frais parachève l'alliance aromatique du Pontarlier-Anis et du Vert Sapin. Additionné d'eau fraîche, et consommé avec modération, le Sapont est un apéritif ensoleillé.

+ sur www.pontarlier-anis.com

geos by Javey

L'ensemble se glisse sous le plafond, ni vu ni connu... En 2013, après deux ans de recherche, l'entreprise Javey, de Gy (70), dévoilait sa nouvelle porte de garage sectionnelle avec portillon intégré. Le bébé a été baptisé Geos by Javey, « *parce que nous sommes copiés* », explique Marie-France Javey, directrice générale de cette entreprise de 80 salariés. Le portail comporte de nombreuses innovations qui lui valent un joli succès, à tel point que ses ventes ont bondi de 125 % par rapport au modèle précédent. Un atelier spécial a dû être aménagé début 2014 pour assurer sa fabrication. Le savoir-faire de Javey réside dans l'industrialisation du sur-mesure. La société a investi 2 millions d'euros dans l'outil de production et s'est dotée d'une ligne unique qui lui permet de fabriquer ses propres panneaux, quand ses concurrents se contentent de les assembler. Ensuite, elle adapte la technologie. « *D'une porte à l'autre, selon la taille et la situation du portillon, la solution technique sera différente.* » Geos by Javey assure une très bonne isolation, se monte facilement – l'entreprise a breveté un système d'aide au montage pour les installateurs – et se décline à l'infini : petit ou très grand, finition inox, photo, bois, avec hublot ou fenêtre... Il y a 2 880 solutions possibles !

+ sur www.javey.com

euphoria One Carat de Saint Honoré

Représentées dans plus de 60 pays, les montres Saint-Honoré sont les héritières d'une longue tradition horlogère à la française. L'entreprise, qui fêtera ses 130 ans d'histoire en 2015, possède aujourd'hui deux sites de production, l'un dans son berceau de Charquemont, l'autre en Suisse. Réputée pour la créativité de ses collections, Saint-Honoré se distingue régulièrement par ses innovations techniques (Éclair Effect, monogramme en rotation, glace panoramique...). La marque fut ainsi la première à créer une montre tourbillon pour dame.
C'est à nouveau un modèle pour dame, Euphoria One Carat, que la presse a salué cette année. Comment ne pas la remarquer ? Cette montre se distingue irrésistiblement par la présence de 172 diamants véritables, sertis sur le boîtier et le cadran. Atteignant un total de un carat, ces pierres, agencées selon un motif d'inspiration Art Déco, font de cette pièce inédite un extraordinaire bijou qui capte le regard. Son cadran de nacre et sa couronne ornée d'un onyx noir rehaussent encore le prestige et le raffinement d'une montre qui sait se montrer à la fois sobre et éblouissante. Ainsi parée, Euphoria One Carat a été, sans surprise, l'une des stars du dernier salon Baselworld.



+ sur www.sainthonore.com



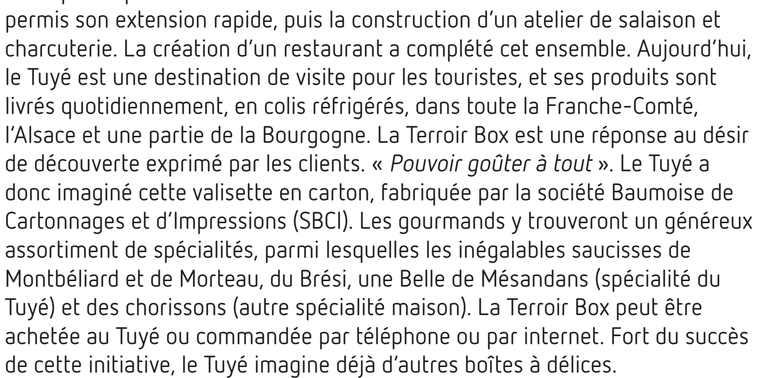


tekroll® simplifie la vie des plaquistes

C'est en voyant un jour un produit doté d'une petite roulette en plastique que l'idée lui est venue. Dix-huit mois plus tard, à Vauvillers (70), Romaric Amanton, déposait un brevet pour son Tekroll®, un outil destiné aux plaquistes qui permet d'appliquer des bandes à joint d'une seule main et rapidement. Sa particularité ? Tekroll® est le seul outil destiné à être assemblé sur tous les types de banjo (les applicateurs de bandes à joint) du marché mondial. Fabriqué en aluminium et inox, il est quasi indestructible. Autre particularité : l'outil est 100 % made in Franche-Comté. Les pièces en aluminium et inox sont découpées et pliées à Héricourt (70), les pièces en plastiques viennent du Jura, et les ressorts sont fabriqués à Besançon. Pour le concepteur, faire appel à des entreprises locales pour la fabrication de son outil était important : le coût de revient n'est pas si élevé et le contact est souvent plus facile avec les entreprises de proximité. Tekroll®, commercialisé depuis octobre 2013, fait déjà l'unanimité chez les professionnels. Pour son inventeur, Romaric Amanton, l'objectif est désormais de déposer un brevet au niveau mondial, ce qui lui permettrait aussi d'étendre la commercialisation de son produit aux pays émergents comme le Maroc ou le Brésil.

+ sur www.rokntools.com

la Terroir Box du Tuyé de Mésandans



À Mésandans, la cheminée de bois du Tuyé est bien visible au bord de la nationale. Créée en 1991 par Patrick Bouvard, la PME compte 95 salariés. Le succès de cette boutique de produits du terroir franc-comtois a permis son extension rapide, puis la construction d'un atelier de salaison et charcuterie. La création d'un restaurant a complété cet ensemble. Aujourd'hui, le Tuyé est une destination de visite pour les touristes, et ses produits sont livrés quotidiennement, en colis réfrigérés, dans toute la Franche-Comté, l'Alsace et une partie de la Bourgogne. La Terroir Box est une réponse au désir de découverte exprimé par les clients. « *Pouvoir goûter à tout* ». Le Tuyé a donc imaginé cette valisette en carton, fabriquée par la société Baumoise de Cartonnages et d'Impressions (SBCI). Les gourmands y trouveront un généreux assortiment de spécialités, parmi lesquelles les inégalables saucisses de Montbéliard et de Morteau, du Brési, une Belle de Mésandans (spécialité du Tuyé) et des chorissons (autre spécialité maison). La Terroir Box peut être achetée au Tuyé ou commandée par téléphone ou par internet. Fort du succès de cette initiative, le Tuyé imagine déjà d'autres boîtes à délices.

+ sur www.letuyedemesandans.fr

casteline, la collection des grands chefs !



La toute dernière née des collections Cristel a déjà fait son entrée chez les plus grands chefs. Mais ce n'est pas tout ! La gamme Casteline, la première collection d'ustensiles de cuisson Cristel à poignées et anses rivetées, est désormais celle utilisée dans la célèbre émission Top Chef, et ce, depuis deux saisons. Au niveau design, elle se démarque par son look cossu, tandis qu'au niveau technologique, sa fabrication en inox multipli (inox, aluminium, inox) la rend particulièrement performante. Parmi les 75 produits de la collection Casteline (à poignées fixes ou amovibles), ce sont ceux de la gamme fixe qui ont été retenus pour l'émission Top Chef. Une gamme qui, comme tous les autres produits de la marque, a été fabriquée à 91,25 % à Fesches-le-Châtel (25). Un chiffre qui permet à Cristel de détenir depuis juillet 2013 le label « *Origine France Garantie* », avec le taux d'intégration le plus fort des entreprises labellisées (hors secteur agroalimentaire). Sa participation à Top Chef offre une visibilité supplémentaire à la marque qui connaît déjà un grand succès dans l'usage domestique. Quant à la collection Casteline, elle sera de nouveau entre les mains des candidats de la prochaine saison de Top Chef en 2015 !

+ sur www.cristel.com



"Le Festival de musique de Besançon-Franche-Comté, né en 1948, compte parmi les plus anciens festivals symphoniques en France"

Orchestre symphonic de Bâle
photo : Andreas Hidber

CULTURE

Le bon filon des festivals

Avec l'été, arrivent d'irrépressibles envies de sorties, de musiques et de cultures tous azimuts. Les territoires ont bien compris l'intérêt qu'ils pouvaient tirer de l'organisation d'un événement sur leurs terres et multiplient les initiatives. Loin d'être en reste, le Doubs affirme des goûts éclectiques et plutôt haut de gamme. Et si les entreprises sont encore réticentes à investir dans la culture, les retombées pour l'économie locale sont pourtant réelles. Tour d'horizon avec quelques exemples locaux d'un été festif et rentable !

La culture, c'est un peu l'exception culturelle de l'économie ! Très subventionnée, taxée d'élitiste, bénéficiaire de régimes spéciaux contestés... elle s'impose rarement comme une composante active et naturelle de la richesse nationale ; d'où le caractère nouveau et instructif d'une étude publiée en début d'année par l'État. Avec près de 105 milliards d'euros d'apports directs et indirects injectés dans l'économie nationale chaque année, les activités culturelles deviennent, selon cette analyse, de véritables poids lourds. Et du coup, gagnent à être vues sous un nouveau jour ! Elles représenteraient 3,2 % du PIB national 2011 et 2,5 % de l'emploi actif, soit 670 000 personnes. L'étude appréhende aussi la répartition des soutiens publics - 13,4 milliards d'euros d'apport financier de l'État et 7,6 milliards des collectivités territoriales - et démontre plus globalement que les manifestations culturelles génèrent des retombées économiques positives pour leurs territoires. Bref, la culture ferait bonne figure au rayon business ! Recensant une dizaine de manifestations culturelles d'envergure chaque année, le Doubs a bien compris qu'il y avait là un gisement de croissance, via le gain de notoriété, l'activité générée à tous les niveaux et l'attractivité induite. Illustration avec le Festival de musique de Besançon-Franche-Comté, né en 1948, et programmé du

Quel public pour le Festival de musique de Besançon Franche-Comté ?

25 % des festivaliers viennent pour la 1re fois

Ils assistent à **3 concerts en moyenne**

1 festivalier sur 2 bénéficie de **tarifs réduits**

6 % utilisent un hébergement payant : 50 € en moyenne sont dépensées

Chaque festivalier dépense en moyenne **25 €** en restauration

48 % sont des musiciens amateurs

61 % sont des femmes

61 % habitent Besançon ou le Doubs

Source : enquête sur le public du Festival 2013. IUT de Besançon.

12 au 21 septembre prochains. Comptant parmi les plus anciens festivals symphoniques en France, son image s'est renforcée en 1951 avec la création d'un concours de jeunes chefs d'orchestre, l'une des manifestations les plus prestigieuses de sa catégorie, qui a permis à Gerd Albrecht, Seiji Ozawa, Michel Plasson, Zdenek Macal, Sylvain Cambreling ou Lionel Bringuier de faire leurs premières armes sur la scène mondiale. Le Festival développe en parallèle un projet de résidence de compositeur avec le soutien de nombreux partenaires locaux et affiche une saine démarche d'ouverture à un public le plus large possible à travers toutes les musiques du monde, ainsi que des actions pédagogiques pour les scolaires. L'an dernier, 227 000 personnes se sont déplacées à l'un des 36 concerts proposés, dont 77 % en provenance de la région Franche-Comté. « *Cet événement est un vecteur d'animation fort pour la ville,* indique Jean-Michel Mathé, son directeur. *Le samedi d'ouverture, la boucle bisontine accueillera 11 concerts gratuits, dans 4 lieux différents. Nous installerons aussi un Pianos-bar, salle Proudhon au Kursaal, avec ambiance jazzy, espace bar et petite restauration. Quant aux retombées économiques, nous considérons que pour 1 euro de subvention, 3 à 4 euros reviennent dans le circuit local* ». Du coup, sur un budget oscillant entre 1,1 et 1,2 million d'euros, les collectivités mettent sereinement la main à la poche, avec en complément 20 % de recettes de billetterie et 15 % de mécénat. Une dernière catégorie qui peine à considérer la culture comme un élément de promotion rentable. « *C'est culturel*, estime Jean-Michel Mathé. *Nous avons un rapport à l'entreprise très discret ; on hésite à se vendre et le discours est compliqué car les entreprises s'engagent forcément de manière philanthropique et désintéressée. Cela dit, la loi Aillagon relative au mécénat, aux associations et aux fondations nous donne un vrai coup de pouce. Progressivement, on s'ouvre au monde professionnel ! (Lire encadré page 14)* ». Autre élément d'importance pour le secteur culturel : la présence d'un équipement adapté. Et à Besançon, c'est là que le bas blesse : « *nous n'avons pas de salle de concerts, ce qui est une limite à la croissance du festival et à son attractivité. A Dijon ou à Mulhouse, deux villes équipées pour la musique symphonique, on voit bien que les choses sont plus faciles et que le développement est plus rapide* ».

Une image positive

Son site d'exception, le Festival des Nuits de Joux l'a trouvé, lui, en la forteresse majestueuse du château de Joux, plantée à cinq kilomètres de Pontarlier au cœur d'un site naturel magnifique ! Cet édifice du Moyen-Âge s'avère un écrin féerique, l'été, lorsque les nuits sont douces. 40 ans cette année, la manifestation révisera les grands classiques du théâtre jusqu'au 16 août face à un public relativement éclectique composé à parts égales d'habitants du Haut Doubs, de voisins franc-comtois et de touristes. Quelque 5 000 personnes, au total, qui viennent consommer un théâtre interprété en plein air par une troupe de comédiens fidèles. « *Nous faisons appel durant un mois et demi à une équipe de 25 acteurs, régisseurs, metteur en scène, techniciens… qui s'installent à Pontarlier et accueillons en parallèle une centaine de jeunes comédiens pour nos stages*, explique Guillaume Dujardin, le directeur artistique de l'événement.

Le top 4 des manifestations culturelles du Doubs



Photo : Thierry Laroche



Photo : Yves Petit

Globalement, les subventions que nous percevons sont réintégrées à l'économie locale. Sans compter l'image positive que cela confère à la ville ». Difficile, pour autant, de rayonner au-delà des frontières du Doubs, à la différence du Festival de Caves, né il y a 9 ans à Besançon et également dirigé par Guillaume Dujardin. Cet événement qui propose des formes théâtrales divergentes dans des lieux clos et souterrains, à l'attention d'un petit nombre de spectateurs, se joue aujourd'hui dans plusieurs villes de France, « *avec un bouche-à-oreille efficace et d'importantes retombées d'image pour sa ville d'origine* ».

Une forte activité

De son côté, le festival de la Paille met le feu à Métabief depuis près de 15 ans avec une programmation musicale alléchante et plutôt rassembleuse : Zaz, I am, Cats on Trees, La Femme... 13 000 personnes se déplacent comme un seul homme au cœur de cette station de moyenne montagne plutôt habituée à une clientèle hivernale. « *Cela ouvre un autre regard sur notre territoire en attirant une clientèle que ne serait pas venue l'hiver et qui, du coup, réserve pour la saison de ski* », explique Élisabeth Contejean, directrice de l'Office de tourisme de Pontarlier. Pour les commerçants, c'est aussi la perspective d'un week-end de travail aussi chargé qu'en saison. « *Le jour J, nous mobilisons 260 bénévoles et 150 professionnels, précise Florian Negrello, responsable des partenariats. Avec le public, les artistes et les animations périphériques, cela génère une forte activité* ».

Photo : Patrice Forsans - Atelier Contrast Besançon

Des hôtels complets

Quant au blockbuster toute catégorie de la programmation du Doubs, le très cosmopolite et familial Rencontres & Racines d'Audincourt, véritable plateforme de la world music, il séduit plus de 35 000 festivaliers chaque année. « *Notre public vient des quatre coins de la France sans que nous fassions une importante communication,* indique Jean-Luc Morin, le programmateur. *Mais la notoriété est là et nous permet de tripler la population d'Audincourt durant trois jours. Tous les hôtels du Pays de Montbéliard sont complets et les commerçants disent augmenter de manière significative leurs chiffres d'affaires... sans compter le recours à de nombreuses sociétés locales, dans le domaine de la sécurité, du son ou de la lumière* ». La mairie d'Audincourt, créatrice de ce festival en 1990, se félicite aussi de l'effet « *interculturel* » véhiculé par le Village aux couleurs du monde, qui profite de l'événement pour regrouper plus de quatre-vingt associations représentatives d'une trentaine de pays et des communautés du Pays de Montbéliard, au cœur du parc de la filature Japy, elle-même fortement liée à l'histoire industrielle de la région. Bref, d'année en année, Rencontres & Racines prend de l'ampleur. Comme lancé sur les traces des Eurockéennes de Belfort, voisines de quelques kilomètres, ce petit Woodstock comtois à la programmation éclectique et au succès de comète, flirtant avec les 100 000 entrées !



La valeur ajoutée des activités culturelles en France : **44,5 M€ spécifiquement culturels et 13,3 M€ indirectement culturels.**



C'est le spectacle vivant qui pèse le plus lourd dans cet ensemble. Il représente **8,8 milliards d'euros** de valeur ajoutée et **150 000 emplois**.

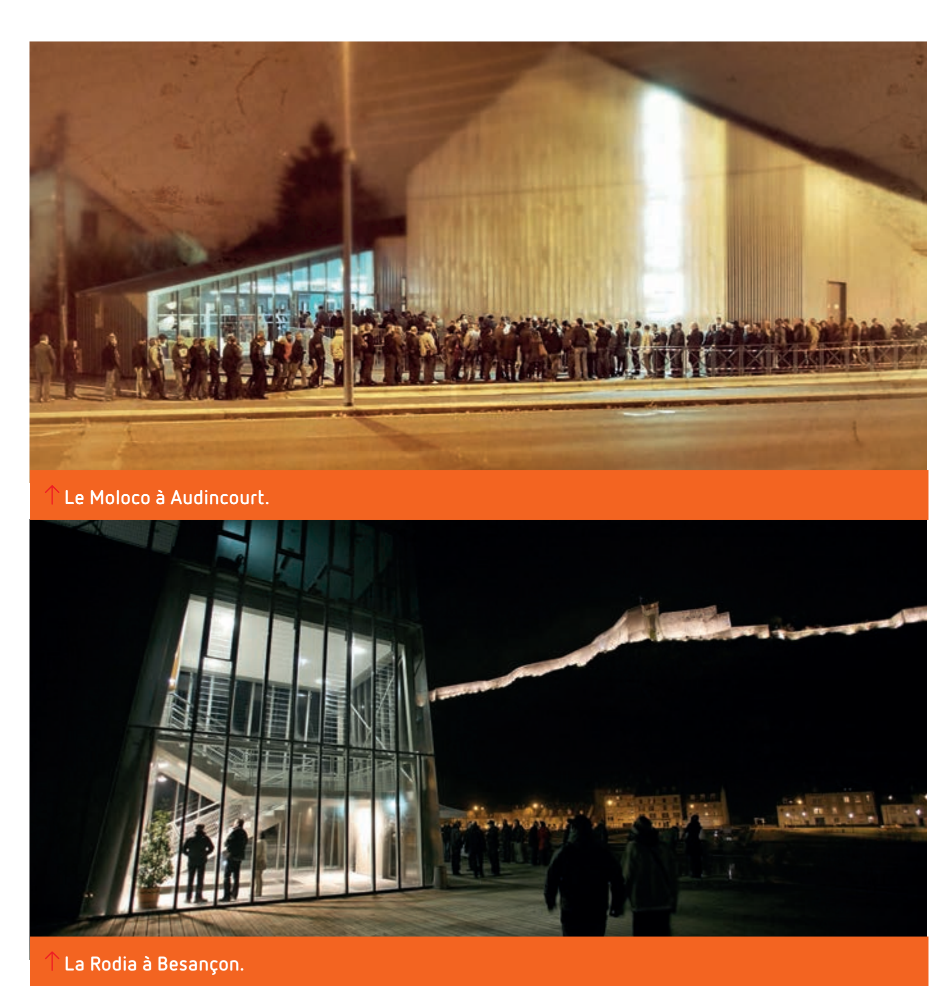
Source : Inspection générale des finances et de l'inspection générale des affaires Culturelles. Janvier 2014.

PARTENARIATS

Les musiques actuelles en rythme avec les entreprises

Les équipements culturels se tournent vers le secteur privé pour trouver de nouvelles sources de financement. Exemple avec deux scènes de musiques actuelles : le Moloco et La Rodia.

« *Les subventions n'augmentant pas, nous sommes obligés de trouver de nouvelles ressources auprès du secteur privé pour continuer à proposer des spectacles de qualité en matière de musiques actuelles et à soutenir de jeunes artistes* », explique Juliette Tomasetti, directrice de la communication du Moloco. Cet espace de découverte musicale situé à Audincourt et composé de trois studios de répétition, une salle de concert modulable de 600 places, un centre de ressources et de documentation et une petite scène de 100 places a lancé en fin d'année dernière un club de mécènes. Six entreprises implantées à Belfort, Montbéliard et Audincourt lui ont apporté leur soutien. « *Pour l'hébergement et la restauration des artistes, le graphisme et l'impression des affiches, nous nous appuyons sur les compétences locales*, précise Juliette Tomasetti. *C'est important que Le Moloco noue des liens privilégiés avec les acteurs de son territoire, nous valorisons ainsi les compétences par la culture* ».



↑ Le Moloco à Audincourt.

↑ La Rodia à Besançon.

Une défiscalisation intéressante

Même postulat pour une autre scène de musiques actuelles : La Rodia. Établie sur les bords du Doubs à Besançon, elle s'est tournée vers le mécénat en lançant la Rodia House : « *Nous avons ouvert nos projets aux acteurs économiques, avec qui nous souhaitons partager nos envies d'avancer, d'innover, de contribuer à la qualité de vie et au rayonnement du territoire*, indique Emmanuel Combi, son directeur. *Leur soutien nous permet de programmer des concerts, de soutenir de jeunes artistes locaux et de prendre des risques artistiques. Sans eux, ce serait plus difficile* ». Issues de divers horizons, de l'horlogerie à l'architecture en passant par la production d'électricité, dix-huit entreprises cohabitent au sein de cette maison, sachant que leur participation représente 7,5 % des recettes, ce qui compense partiellement la baisse des dotations publiques. « *Nous mettons nos salles à la disposition de nos mécènes pour leurs événements d'entreprise*, ajoute Emmanuel Combi. *Bien sûr, la défiscalisation est intéressante pour eux mais ils considèrent avant tout la culture comme un élément incontournable de l'attractivité du territoire et de cohésion sociale* ». Il faut dire que La Rodia diffuse la musique au-delà de ses murs via des séances de sensibilisation musicale dans les lycées, les commerces et les lieux de vie.



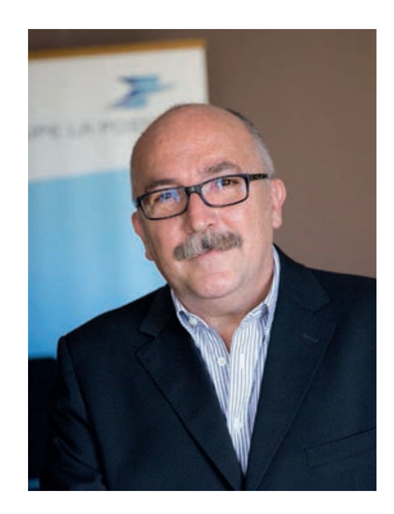
QUESTION À

Bernard Sertout, président du Festival de Musique de Besançon Franche-Comté

En quoi ce festival participe-t-il au dynamisme économique local ?

Grâce à cet événement, nous avons attiré les chefs d'orchestre les plus célèbres du monde et pointé les regards internationaux sur Besançon. Le concours est même plus connu au Japon qu'en France ! Il y a plus de 20 ans, en tant qu'élu de la CCI du Doubs, j'ai participé à la création de la première commission Culture-Entreprises du réseau consulaire. Il s'agissait d'impliquer les dirigeants locaux dans des actions de mécénat. Je suis en effet convaincu qu'il y a un lien très fort entre l'attractivité d'un territoire, son environnement culturel et le développement économique. L'an dernier, le festival a généré près de 26 000 nuitées dans les hôtels, ce qui est très important au regard de ses 20 à 25 000 visiteurs annuels. Les commerçants et restaurateurs disent ressentir fortement son impact, tout comme les entreprises partenaires via un effet de notoriété.

Philippe Barbe, délégué régional du Groupe La Poste



Pourquoi être mécène…

Nous sommes partenaires du Festival de musique de Besançon Franche-Comté depuis deux ans dans le cadre de notre démarche de Responsabilité sociale et environnementale. Nous partageons avec cet événement les mêmes valeurs de proximité, solidarité, accessibilité, de confiance et de vivre ensemble. Nous nous sommes engagés à accompagner, jusqu'en 2016, un groupe d'une trentaine d'habitants de la Zone urbaine sensible de Planoise. Le 21 septembre prochain, nous organisons ainsi une journée de sensibilisation à la musique classique. Le matin sera consacré à une préparation pédagogique en présence d'un musicologue puis le soir, direction le théâtre municipal de Besançon pour assister à un concert. Cette démarche offre un accès à la culture à des habitants qui n'iraient pas d'eux-mêmes écouter de la musique classique. En tant qu'acteur du tissu local, il est vital d'accompagner le territoire et de valoriser les actions illustrant nos valeurs.

IMPLICATION

Mécénat : Estimprim imprime sa marque



↑ *Si nous voulons continuer à attirer des cadres dans nos entreprises et des clients, nos villes doivent bouger, être en ébullition sur les plans culturel et sportif*, explique Philippe Berteaux.

Le groupe d'impression Estimprim est un mécène culturel de plus en plus actif. « *L'allégement fiscal est intéressant mais l'important pour nous est de participer à des projets dynamisant l'attractivité de notre territoire*, explique Philippe Berteaux, son directeur général. *Si nous voulons continuer à attirer des cadres dans nos entreprises et des clients, nos villes doivent bouger, être en ébullition sur les plans culturel et sportif* ». L'entreprise, d'une cinquantaine de salariés, possède trois sites de production implantés à Besançon, Montbéliard et Champagnole (Jura), autour desquels elle a décidé de s'investir. Son nom est associé à des événements musicaux comme les Eurockéennes de Belfort, le Festival jazz et musiques improvisées en Franche-Comté, au club de foot du FC Sochaux et à des équipements culturels parmi lesquels L'Axone de Montbéliard et le Moloco d'Audincourt. « *On choisit nos partenaires en fonction de nos passions et de nos coups de cœur*, précise Philippe Berteaux. *C'est ainsi que nous avons décidé de nous impliquer dans le Moloco après avoir rencontré son directeur, un amoureux du rock comme nous...* ». En plus d'un apport financier, Estimprim a placé dans sa corbeille de mariage avec le Moloco, un certain nombre de prestations d'impression. Cette implication génère des retombées plutôt positives pour le Groupe, notamment en termes de communication interne : « *Nos salariés ont développé un fort sentiment de fierté en voyant le nom de leur employeur accolé à des événements importants. C'est une source de motivation supplémentaire, que nous accompagnons par l'offre de places de spectacle* ».

Mécénat, mode d'emploi

C'est quoi ? Le mécénat est un soutien matériel ou financier apporté sans contrepartie directe à une œuvre ou à une personne pour l'exercice d'activités présentant un caractère d'intérêt général. Il se distingue du parrainage qui est un soutien matériel réalisé par une personne physique ou morale pour une manifestation, une personne, un produit ou une organisation en vue d'en retirer un bénéfice direct. Le mécénat concrétise l'ouverture et le rapprochement des mondes économique et associatif. **Quels avantages financiers ?** Des dispositions spécifiques ont été prises en faveur de la diffusion du spectacle vivant et des expositions d'art contemporain. Les entreprises assujetties à l'impôt sur le revenu ou sur les sociétés peuvent bénéficier d'une déduction fiscale égale à 60 % du montant du don dans la limite d'un plafond de 0,5 % du chiffre d'affaires, avec possibilité de reporter l'excédent sur les cinq années suivantes.

+ sur http//vosdroits.service-public.fr

L'AGENDA DE VOTRE ÉTÉ

Jusqu'au 20 juillet
La Guerre du son à Landresse
Une programmation résolument rock où se côtoient artistes émergeants de la scène régionale et formations nationales ou internationales.
+ sur www.laguerreduson.com

Du 25 juillet au 16 août
Festival des Nuits de Joux
Le château de Joux et ses mille ans d'histoire servent d'écrin à une programmation théâtrale de qualité.
+ sur www.lesnuitsdejoux.fr

Les 1er et 2 août 2014
Festival de la Paille à Métiabef
Les musiques actuelles à l'honneur.
+ sur www.festivalpaille.fr

2 et 3 août
Journées Art et Artisanat à Ornans
Plus de 130 exposants professionnels d'art et d'artisanat, travaillant le bois, le cuir, le métal, la poterie, le verre, la porcelaine ou la peinture.
03 81 62 40 33

Jusqu'au 24 août
Salon des Annonciades à Pontarlier
Le plus ancien salon artistique de Franche-Comté.
+ sur www.admdp.com

Du 12 au 27 septembre
Festival de musique de Besançon Franche-Comté
Créé en 1948, il compte parmi les plus anciens et les plus prestigieux festivals de musique en France.
+ sur www.festival-besancon.com

Du 19 au 21 septembre
Salon du livre Les Mots Doubs
Plus de 250 auteurs, 30 000 visiteurs, des débats, conférences, cafés littéraires et séances de lecture pour manier les mots avec finesse.
+ sur http://lesmotsdoubs.doubs.fr

La cafétéria Casino participe chaque année aux Nuits de Joux. Sébastien Cordeau et son équipe ne montent pas sur la scène du château mais cuisinent les petits plats de la troupe d'artistes et de l'équipe d'organisation :

« *En étant la cantine officielle de l'événement, nous participons à notre manière à sa réussite,* indique le gérant. *Nous préparons des menus spécifiques, qui nous changent de notre quotidien. C'est plaisant et non contraignant ! Ce surplus ponctuel de travail nous donne aussi la possibilité de contribuer à l'attractivité de la ville et de bénéficier du dynamisme, de l'ébullition engendrée. C'est un bon vecteur de communication* ».

Paroles d'entreprises



Cette année, nous sommes partenaires du Pianos-bar qui fonctionnera durant toute la durée du Festival de musique de Besançon. Ce coup de projecteur sur nos produis et notre savoir-faire est important et viendra, nous l'espérons, renforcer un effet déjà très positif de cet événement sur notre activité. Pendant le festival, nous travaillons beaucoup et bénéficions d'une clientèle de qualité, qui découvre Besançon comme une ville de tourisme agréable et vivante. »

Étienne Tonot, Brasserie Granvelle. Besançon

Nous sommes partenaires depuis 3 ans du festival de la Paille : il permet de nous faire connaître en dehors de nos frontières locales. Cet événement est un bel outil pour promouvoir nos produits, y compris auprès des restaurateurs. Cette année, nous créons une absinthe blanche aux couleurs du festival, que nous commercialiserons via les bars et restaurants de Métabief durant le festival. »

Amélie Tyrode, Les distilleries les fils d'Émile Pernot. La Cluse et Mijoux

Le Festival de musique est important pour la ville. Sur l'année, notre taux de remplissage moyen est d'environ 70 %. Nous avons donc une marge de progression et considérons favorablement les initiatives visant à faire venir du monde dans le Doubs. De surcroît, la clientèle du festival est très fidèle ; certains musiciens ou visiteurs ont désormais leurs habitudes chez nous. »

Véronique Mathieu, Hôtel Le Sauvage. Besançon

AUX ENTREPRENEURS DE FRANCE

Quand vous, PME ou TPE,

- Vous avez besoin d'embaucher des jeunes ou de former vos salariés pour assurer la pérennité de vos entreprises et de l'emploi,
- Vous voulez créer ou transmettre une entreprise,
- Vous vous perdez dans le maquis des aides publiques,
- Vous devez répondre aux nouvelles normes environnementales,
- Vous avez besoin d'un expert pour vous guider dans vos projets d'innovation, de développement à l'international,
- Vous avez besoin de nouvelles infrastructures,
- Vous avez besoin d'être plus compétitifs,

Vous avez le réflexe CCI.
Vous leur faites confiance car elles sont dirigées par des entrepreneurs comme vous.

Or, si comme il le projette, le Gouvernement décide de baisser de plus de 30 % les ressources des CCI entre 2015 et 2017 et d'en faire des établissements low-cost, la conséquence directe pour vous, ce sera :

- 30 000 apprentis en moins, alors que 95 % des jeunes formés en apprentissage par les CCI ont un job à la sortie,
- 50 000 demandeurs d'emplois privés de reconversion,
- Des conseillers à votre service qui devront être licenciés,
- Des ports et des aéroports menacés partout en France,
- L'arrêt des investissements dans votre région, donc un ralentissement de l'activité économique.

Parce que vous avez élu des chefs d'entreprise pour dynamiser votre territoire et servir le développement de votre entreprise :

Vous ne pouvez accepter que l'Etat coupe les bras des CCI.

Vous ne pouvez pas accepter que l'Etat, mauvais gestionnaire, détourne l'argent des entreprises pour combler son déficit.

Pour toutes ces raisons, nous, entrepreneurs, élus représentants des chefs d'entreprise, avons décidé de marquer une rupture avec le Gouvernement dont l'attitude nous conduit à ne plus assurer la mise en œuvre de ses décisions.

Sans plus en référer à l'Etat, nous continuerons cependant d'agir à votre service, au service des entreprises et des territoires en pleine responsabilité.

Entrepreneurs de France, unissons-nous.
Nous nous battons pour vous !
Battez-vous à nos côtés !



16 JUIN - HOUTAUD

Le numérique :

un atout pour la croissance des entreprises

Comme chaque année, la CCI du Doubs organisait un événement économique sur le territoire, dans le cadre de son Assemblée générale. En 2014, c'est le Haut-Doubs qui accueillait le 16 juin dernier, à Houtaud, une centaine d'invités pour échanger sur le numérique. « *Un sujet proposé car l'adaptation des entreprises et en particulier des TPE, au numérique constitue un enjeu pour leur croissance et pour le développement économique en général* » a souligné, le président Dominique Roy.

Pour donner aux entreprises présentes des repères sur la conduite d'un projet numérique, la CCI du Doubs avait invité une palette d'intervenants à faire partager leur expérience.



CHEF DE PROJET - ESPACE NUMÉRIQUE ENTREPRISES (LYON)

Thierry Leroux

Les TPE ont tout intérêt à s'intéresser au numérique. Celui-ci est trop souvent identifié exclusivement comme un site Web. Si ce dernier permet une visibilité, une ouverture à d'autres clients potentiels, voire d'amorcer la vente en ligne, il existe bien d'autres outils qui contribueront efficacement à améliorer la performance de l'entreprise quelle que soit sa taille.
Un logiciel de comptabilité bien employé, une gestion de clientèle ou un applicatif métier pourront utilement être des outils numériques au service d'une TPE. L'appropriation des TIC n'est pas une question de taille, l'effet de levier d'un outil numérique sera souvent plus important dans une TPE : fluidité des informations, gains sur les ressaisies, établissement et optimisation d'un fichier client, organisation d'une production, d'un service commercial efficace ….autant de solutions pour développer un chiffre d'affaire et/ou d'améliorer une rentabilité. Ces outils, y compris un site Web, sont des moyens qui doivent être au service d'un objectif précis, ils ne sont pas une fin en soi. Il est donc nécessaire de se faire accompagner, par un conseiller de la CCI du Doubs par exemple, pour analyser le contexte de l'entreprise, ses buts recherchés, ses moyens, définir un cahier des charges et se tourner ensuite vers les offres du commerce. C'est l'occasion de prendre du recul, de mieux se structurer et d'être prospectif. Pour répondre à la question «*en quoi le numérique peut m'aider à me développer?*» il est nécessaire de s'informer, d'échanger, de découvrir des usages déjà en vigueur dans son domaine d'activité. Les «fiches d'information» de la CCI vous donneront un premier aperçu, vous pourrez ensuite approfondir avec le conseiller CCI d'autres aspects et vous pourriez être surpris des applications possibles.

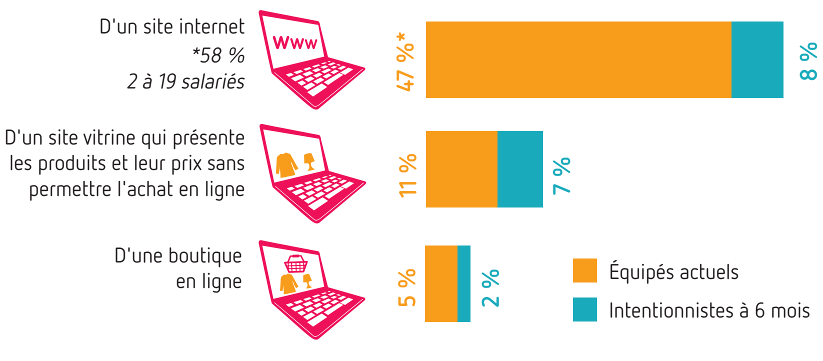
TIC OÙ EN SONT LES TPE/PME ?

Équipements et pratiques

	Micro-entreprises	Sociétés de moins de 10 personnes *et ayant un chiffre d'affaires > à 2 M€*	Sociétés d'au moins 10 personnes
Ordinateur	76 %	88 %	99 %
Accès à Internet	72 %	84 %	99 %
Connexion à Internet mobile	44 %	59 %	68 %
Site web	26 %	41 %	64 %

Source : INSEE 2013

Un site Web pour quoi faire ?



Source : Baromètre des usages numériques septembre 2013

Un territoire et des entreprises connectés

Elles sont 5 entreprises du Haut-Doubs à avoir pris le temps de parler de leur façon d'intégrer le numérique à leur activités. Témoignages.

L'Intranquille Pontarlier



La librairie, reprise depuis peu par Emmanuel Vandelle, s'équipera prochainement d'un site Internet. Pour le nouveau propriétaire, la vente en ligne demeure cependant un outil marginal à développer. Il mise d'abord sur le lien qui unit le lecteur au libraire. « *Sur le site nous donnerons des informations relatives à notre actualité : séances de dédicace, conférences..la vente en ligne pourra venir mais plus tard. Il ne s'agit pas pour nous de lutter avec une grande centrale d'achat sur Internet…Notre force reste le contact et le conseil* ».

Sauge artisans du bois Montlebon



Les entreprises avec une activité traditionnelle peuvent être là où on ne les attend pas ! C'est le cas de Sauge artisans du bois à Montlebon puisque le fabricant fête ses 8 ans de présence sur la toile, avec deux sites actifs et une évolution permanente : présentation des produits, vente en ligne et bientôt un lien direct entre le site et la gestion commerciale et les stocks. Sur Bec et Croc, marque de jeux géants, le chiffre d'affaires est de 30 à 50% via le web. Un vrai projet numérique existe dans l'entreprise auquel Olivier Sauge consacrera prochainement 25 000 euros d'investissement. 2 personnes travaillent déjà pour l'administration des ventes dont une 2 jours par semaine à l'animation des sites.

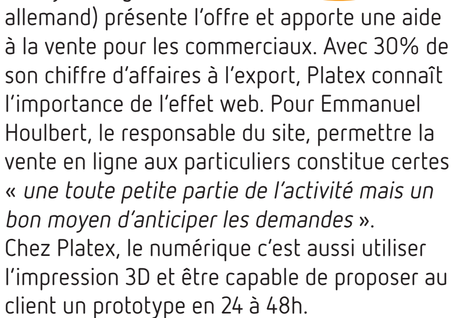
+ sur www.artisans-du-bois.com

Le Bon accueil Malbuisson

Chez Marc Faivre, hôtel et restaurant étoilé à Malbuisson, on vit avec le numérique depuis 7 ans. Priorité au site « *refait déjà 3 fois* » avec l'accent mis sur des photos qui donnent envie au client, lequel « *arrive aujourd'hui en sachant ce qu'il souhaite manger, et souvent après avoir consulté la dernière carte en ligne* ». En bonus, une page facebook ouverte depuis un an et un blog du chef avec des recettes maison mais aussi *la mise en valeur des produits locaux, des fournisseurs, de la région qu'il faut promouvoir…* » Catherine Faivre a réglé la question de l'e-réputation en cessant de répondre aux divers commentaires « *parfois laissés avec plusieurs semaines de décalage* ». Chez Marc Faivre, l'énergie se concentre sur le client qui est là.

+ sur www.le-bon-accueil.fr

Platex Les Fourgs



Pour l'entreprise des Fourgs qui fabrique 1,5 million de plateaux par an, le site multilingue (français, anglais, allemand) présente l'offre et apporte une aide à la vente pour les commerciaux. Avec 30% de son chiffre d'affaires à l'export, Platex connaît l'importance de l'effet web. Pour Emmanuel Houlbert, le responsable du site, permettre la vente en ligne aux particuliers constitue certes « *une toute petite partie de l'activité mais un bon moyen d'anticiper les demandes* ». Chez Platex, le numérique c'est aussi utiliser l'impression 3D et être capable de proposer au client un prototype en 24 à 48h.

+ sur www.platex.com

La montagne de Philippe Pontarlier - Morteau



Pour Philippe Jeanmonnot, le site Internet qui permet aussi la vente en ligne est un « *prolongement de ses deux points de vente à Pontarlier et Morteau ; il permet au client de trouver de l'information avant de se rendre au magasin* ». Si le chef d'entreprise, qui emploie 11 personnes, est conscient de la nécessité d'être « *sur la toile mais que ce n'est pas le même métier* ». Pour lui pas de stratégie numérique possible sans business plan à 5 ans et une posture à ce jour de donner la priorité aux magasins et au relationnel direct avec ses clients. Pour autant un salarié passe une journée par semaine à l'animation du site et tous contribuent à la logistique lorsqu'il y a des ventes en ligne !

+ sur www.lamontagnedephilippe.com



TABLE RONDE - MORCEAUX CHOISIS

« Le numérique évolue très vite et les structures comme les CCI ont encore beaucoup de choses à apporter aux entreprises pour les aider à suivre le mouvement. »



Vincent Fuster, Président SMIX Doubs THD
Mohamed Harrate, Président Franche-Comté Numérique
Florence Hautdidier, Chef de projet Espace Numérique Entreprises
Thierry Leroux, Chef de projet Espace Numérique Entreprises
Philippe Gille, Vice-Président Haut-Doubs de la CCI du Doubs

Thierry Leroux

Le numérique est un outil au bénéfice d'une prise de commande ou d'une production, d'une vente ou de ce que vous voulez, d'une meilleure circulation de l'information en interne mais s'il n'y a pas d'objectif, ne perdez pas votre temps, restez au crayon de papier.

Philippe Gille

Je suis passionné par les nouvelles technologies et depuis 10 ans membre de la commission Informatique de l'enseigne que je représente. J'ai investi très tôt dans des thèses et des études. Nous avons installé dans nos restaurants des bornes de commandes où le client passe lui-même sa commande. Il y a 7 ans je réalisais 100 transactions par mois sur ces bornes aujourd'hui j'en suis à 8000 et cela représente 30% de mon chiffre d'affaires. Et ce n'est pas pour gagner du temps, c'est simplement parce que nous rencontrons des problématiques d'espaces et de fréquentation très élevée du fait qu'en France, tout le monde se restaure aux mêmes heures. Ce système a permis de diriger certains flux de clientèle plutôt sur des bornes où ils prennent le temps de passer leur commande plus que de faire une attente en caisse.

Vincent Fuster

Le déploiement du très haut débit sur les 38% de territoire de population qu'il reste à couvrir représente 184 millions d'euros. Nous avons en première estimation considéré qu'il nous faudrait au moins 15 années pour couvrir le territoire. Le SMIX a des aides provenant de l'État, de la Région, du Conseil Général et des Communautés de Communes. La première phase de travaux va démarrer à l'automne 2014 : 9 communautés de communes sont concernées, 35 000 foyers seront couverts et il restera environ les deux tiers à traiter au cours des prochaines années. Nous comptons entre 12 et 15 ans pour un déploiement complet. C'est un très gros challenge mais qui va servir la population du département et bien évidemment les entreprises.

Mohamed Harrate

Franche-Comté Numérique représente les entreprises du numérique de la région. Nous essayons depuis 15 ans de répondre aux interrogations des TPE en partenariat d'ailleurs avec la Chambre de Commerce et d'Industrie sur certaines actions de sensibilisation et d'information . Nous entrons dans une période où les entreprises prennent conscience de l'importance des TIC, et de ces outils qui vont améliorer la performance, la productivité… Nous travaillons actuellement à la mise en place d'un outil de diagnostic qui permettra de mesurer directement la maturité des entreprises en termes d'intégration du numérique. Elles ont toutes un niveau d'équipement qui peut être matériel, site web, connexion, interne des logiciels, des réseaux sociaux, Nous avons tout un ensemble de questions qui ont été préparées pour s'auto-diagnostiquer en 10 minutes Depuis 3 ans, nous organisons également en fin d'année, les 10 et 11 décembre à Besançon Micropolis, « EXPERTIC » le salon du numérique avec de nombreux soutiens régionaux. Cet événement prend de plus en plus d'ampleur il va être un point de rencontre entre les entreprises clientes et des prestataires.

Florence Hautdidier

La question du temps est un vrai problème auquel se heurtent les TPE. C'est souvent le dirigeant qui fait tout : la production, le commercial…. Un des écueils aujourd'hui est de dire, moi mon métier je l'ai choisi, parce que je voulais faire de la production et si j'écoute le mouvement, il faudrait que je fasse 80% de marketing, de numérique et de commercial et ce n'est pas ce que j'ai envie de faire. En ce moment nous recherchons les moyens d'aider les dirigeants à mieux comprendre le numérique justement pour ne pas tomber dans ce travers. Le numérique évolue très vite et les structures comme les CCI ont encore beaucoup de choses à apporter aux entreprises pour les aider à suivre le mouvement.

Le Président sur le terrain



Le Président Roy a visité des d'entreprises locales :
le 10 avril : les Pompes Japy à Montbéliard.

le 20 mai : Castmétal à Colombier Fontaine (1), Adapei à Montbéliard.
le 12 juin : SA Soudatol à Vuillafans (2),

Accessibilité : êtes-vous prêts ?



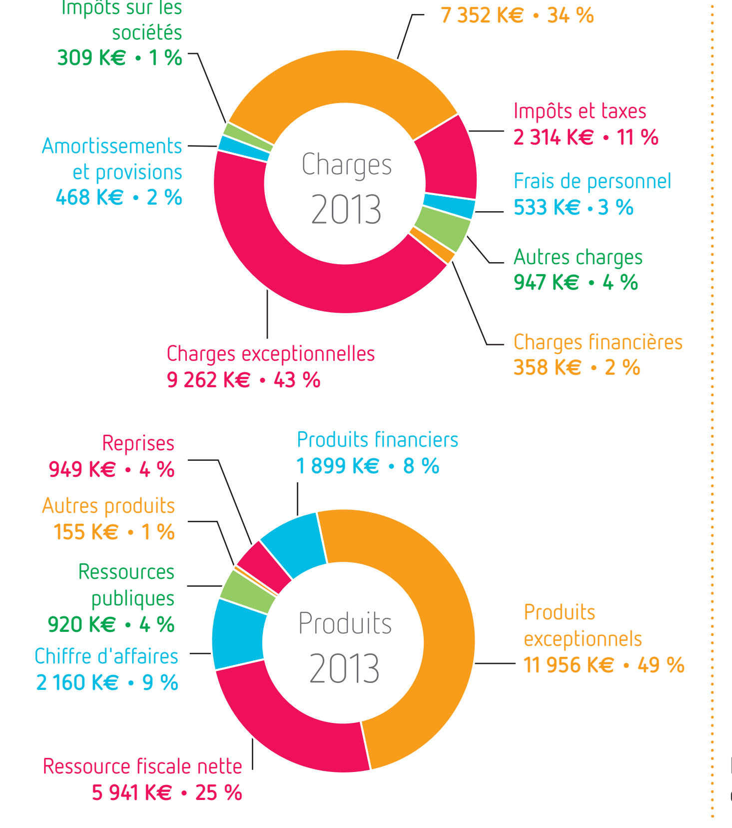
Au 1er janvier 2015, La loi pour l'Égalité des Droits et des Chances, la Participation et la Citoyenneté des personnes handicapées entre en vigueur.
Votre établissement est-il aux normes ? Comment constituer et déposer votre Agendas d'Accessibilité Programmée ou votre dossier de demande de dérogation ? Bénéficiez d'un accompagnement avec votre CCI.

Contact 03 81 25 25 59

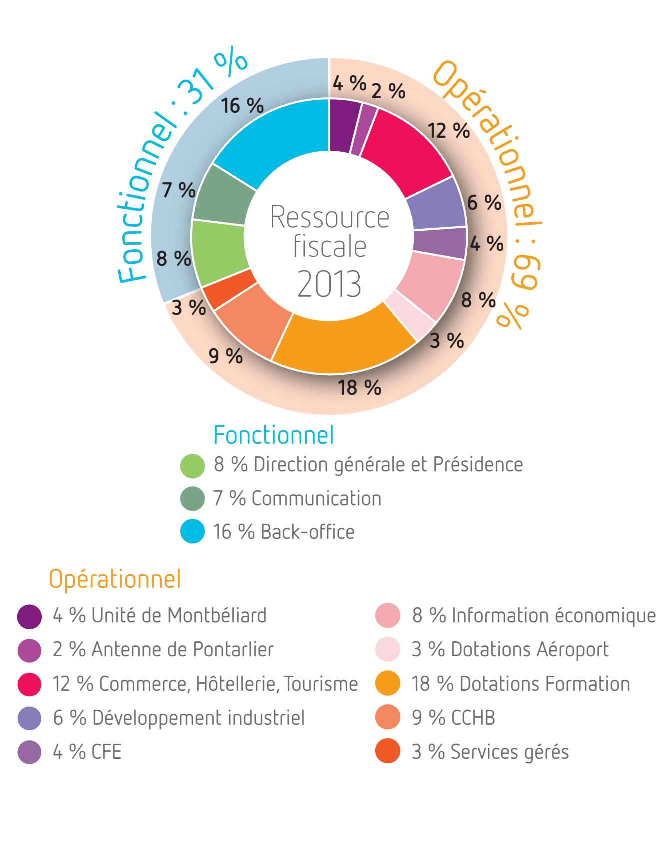
2013 : Un budget maîtrisé

Le résultat net et le résultat budgétaire sont bénéficiaires comme le prévoyait le budget rectificatif 2013. Les bons résultats de cet exercice 2013 sont issus de la conjugaison des nouveaux équilibres d'exploitation dans le cadre du nouveau périmètre d'organisation régional des chambres et des éléments exceptionnels opérés pendant cette année 2013, ces deux points obtenant chacun des résultats nets et budgétaires bénéficiaires.

RÉPARTITION DES CHARGES ET DES PRODUITS PAR NATURE



UTILISATION DE LA RESSOURCE FISCALE 2013



La ressource fiscale nette 2013 se monte à 5 941 K€. Cette dernière a été utilisée majoritairement sur les actions opérationnelles.

INDUSTRIE

Manufacture Bonnet : le bien dormir

savoir-faire Depuis 60 ans, la manufacture Bonnet s'affirme dans le paysage industriel local, et tient face à d'énormes groupes concurrentiels. Savoir-faire, artisanat revendiqué et adaptations innovantes face à la demande font sa force...



↑ **Avec 1,2 M€ (HT) de CA, un chiffre en progression constante dont 15 à 20 % viennent de Suisse, l'entreprise se fait un devoir de répondre à chaque demande de particulier.**

Soixante ans l'an prochain ! Ce n'est pas rien pour un artisan, Maurice Bonnet en l'occurrence, qui a commencé en 1955 par faire des sommiers et matelas à l'époque du lin et du crin ! Le marché de la literie a forcément évolué depuis. Bienvenue aux nouveaux matériaux, ceux qui font que l'on passe un tiers de notre vie à bien dormir pour mieux vivre. La sexagénaire literie Bonnet, sise à Vaux-les-Près depuis 2011, a été rachetée en 1986 par Albert, ancien client, et son fils, Marc Rognon. Cette entreprise de huit salariés aujourd'hui, a appris depuis à se positionner sur un marché enclin à la concurrence des grands groupes : ils sont trois grands groupes actuellement en Europe. La force de cette entreprise réside dans un artisanat revendiqué de la literie de haute qualité, avec des passages obligés au sur-mesure et aux produits spécifiques. « *On reste à notre taille, quitte à ne jamais rentrer dans un process industriel* » revendique le dirigeant. C'est ainsi que l'an dernier, la manufacture Bonnet a pu répondre à un projet de l'hôtel Montblanc à Chamonix, soit un 5 étoiles, auquel il fallait fournir des lits « *résistants, robustes, faciles d'entretien* ». Le marché, décroché via d'exigeants décorateurs, a demandé deux ans de travail et la carte de visite, reste exceptionnelle : aujourd'hui, la manufacture livre les lits d'un hôtel 4 étoiles à Sienne (Italie), d'autres en Allemagne ou Angleterre. Ceci dit, c'est bien sur la clientèle privée, exigeante et consciente du « *bien dormir* » que compte s'appuyer Marc Rognon : avec 1,2 M€ (HT) de CA, un chiffre en progression constante dont 15 à 20 % viennent de Suisse, l'entreprise se fait un devoir de répondre à chaque demande de particulier. Il faut ainsi visiter son show-room de Vaux-les-Près, pour mieux comprendre : là, dans l'atelier de fabrication, est travaillée, par exemple, la laine de chameau, isolant thermique par excellence, jamais trop chaud, jamais trop froid ; à côté se peaufinent des matelas en nappage de soie, recommandés en cas de transpiration nocturne ; puis vient aussi la fibre de coco végétale qui, arrimée au centre d'un matelas, amène confort, fermeté et ventilation. C'est sûr que franchir la porte de cette entreprise s'avère un tout petit peu contraignant : ici, il ne suffit pas de se coucher sur le matelas pour en tester sa fermeté. Le diagnostique, car c'est bien de cela qu'il s'agit, peut prendre une bonne heure, avec des questions aussi intimes que celles concernant votre transpiration, votre usage, et votre attente : la manufacture Bonnet peut même réaliser des lits ronds, ou aux dimensions démesurées... Les premiers prix sont de 500 euros ; ils peuvent aller beaucoup plus loin selon la requête. Mais l'essentiel est toujours de parier sur le long terme : « *Un matelas a une durée de vie de 10 ans...* » dit Marc Rognon. Combien sommes-nous à oublier cet élément essentiel ?

+ sur www.literie-bonnet.com

INDUSTRIE

La Chocolaterie Klaus : de Morteau à la Chine

export Reprise il y a deux ans par la famille Decreuse, l'entreprise a totalement revu sa stratégie.

Salah Saidi, le directeur commercial explique : « *Il s'agissait d'abord de consolider notre base en Franche-Comté. D'où la fermeture de sept magasins. Seuls existent aujourd'hui six points de vente, à Morteau, Belfort, Pontarlier et Besançon. Nous sommes ensuite revenus aux fondamentaux concernant la MDD (Marques De Distributeur) avec une exigence essentielle de qualité. Enfin, nous continuons à progresser à l'export (10 % de notre CA), notamment sur l'Asie, là où se trouve le plus grand taux de croissance actuel.* » La Chine, en particulier, fait partie de ces pays qui apprennent à devenir gourmands et gourmets. « *Les Asiatiques n'aiment pas ce qui est trop sucré. D'où une fabrication correspondant à leurs goûts avec, notamment notre gamme Criollo, la fève des connaisseurs.* » Parallèlement, en septembre, sortira la très jolie gamme Starine, de toutes petites bouchées aux différents parfums, (sésame-praliné, pépites de citron vert...) Avec un chiffre d'affaires aujourd'hui assaini (3,5 M€), la chocolaterie mortuacienne qui emploie une trentaine de salariés, reste bien consciente que son avenir se joue aussi sur la valorisation de son passé. « *C'est motivant* » s'enthousiasme Salah Saidi, qui sait que la douceur et le moelleux des caramels historiques, le packaging désuet de ses produits, mais aussi l'innovation, toujours constituent sa plus belle carte d'identité.



→ En septembre, sortira la très jolie gamme Starine, de toutes petites bouchées aux différents parfums.

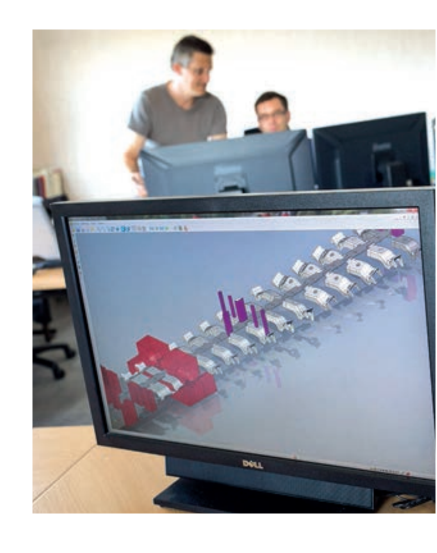
LOGICIEL

Le succès de Logopress

La petite entreprise de Pouilley-les-Vignes, discrètement, a conquis le monde. Elle est lauréate d'un Trophée de l'international 2014.

Yves Thizy a créé Logopress en 1989 pour développer des logiciels de CAO dédiés aux métiers du découpage et de l'emboutissage. En 2004, après trois ans de recherche et quatre ans de développement, la petite société de Pouilley-les-Vignes a sorti son premier logiciel 3D qui lui a ouvert les portes du marché international. « *Aujourd'hui, notre produit est disponible en plusieurs langues, et on réalise 80 % de notre chiffre d'affaires à l'export* », explique Yves Thizy, le dirigeant-fondateur. « *Nous avons une diffusion équilibrée entre l'Amérique du nord, l'Europe et l'Asie, surtout le Japon.* » Logopress est positionnée depuis 25 ans sur un marché de niche et son point fort réside dans cette très bonne connaissance des métiers auxquels elle s'adresse. « *Nous apportons des fonctions spéciales et une réponse cohérente. Et nous sommes adossés au leader, Dassault System solidworks solutions, certifié Gold. Avec cette stratégie, nous avons une position confortable : notre produit est reconnu, diffusé, stable et adapté au monde industriel.* » A Pouilley-les-Vignes, siège de l'entreprise, Logopress emploie 8 personnes, informaticiens et développeurs, qui tous maîtrisent la langue de Shakespeare. Juste avant l'été, Yves Thizy s'est envolé pour le Japon, où il devait rencontrer certains de ses partenaires stratégiques, et affiner avec eux son produit. « *L'export c'est un atout, surtout quand l'activité en France est morose. Mais on a aussi de beaux clients en Franche-Comté* », poursuit le dirigeant. Parmi eux Dimeco, partenaire historique, mais aussi Interplex Soprec, Cryla...

+ sur www.logopress3.com



TERRITOIRE

Préserver la Loue : les entreprises s'impliquent

environnement La Loue est fragile, ce n'est pas une nouveauté. Les agriculteurs s'impliquent déjà pour la préserver. Et il est temps que chaque entreprise soit sensibilisée à la gestion de ses eaux usées.

« *Action Loue* », conduite par les chambres de Commerce et d'Industrie et les chambres des Métiers et de l'Artisanat du Doubs et du Jura est née dans cet objectif. Avec un budget de 138 000 €, financés à 50 % par l'Agence de l'eau, 30 % par le Conseil régional et 20 % par la CCI du Doubs, cette opération vise à sensibiliser les entreprises dont le fonctionnement pourrait avoir un impact sur les eaux de la rivière. 140 établissements, situés sur le bassin versant de la Loue et dans le Haut-Doubs, vont ainsi être visités. Il s'agit aussi bien d'industries que d'artisans, de professions de santé, et d'établissements d'enseignement. « *Notre but est avant tout de faire du conseil et de les aider à s'améliorer* » explique Claire Nicolas, de la CCI du Doubs. Plus de vingt entreprises ont déjà été « *diagnostiquées* ». « *Lorsqu'une erreur est notée, elle provient bien souvent d'une pure méconnaissance.* » poursuit-elle. « *Par exemple, on peut préconiser l'achat de bacs de rétention pour stocker les produits dangereux. C'est simple et cela peut éviter des infiltrations dans le sol.* » Cette sensibilisation paraît très importante, d'autant qu'elle peut aussi déboucher sur des aides financières versées par l'Agence de l'eau en cas d'investissements salutaires à l'un des joyaux de la Franche-Comté.

+ sur www.doubs.cci.fr
03 81 25 25 85 / 25 70



FRANCHE-COMTÉ SIGNAUX : UNE DÉMARCHE EXEMPLAIRE

« *Franche-Comté Signaux est résolument engagée dans une démarche environnementale depuis 2010* », explique le responsable Environnement Sécurité Mathieu Bole-Richard. Pour l'entreprise de 45 salariés, installée à Rurey et spécialiste de la fabrication de panneaux de signalisation, la proximité de son site avec la rivière l'a rapidement sensibilisée à son état. Certifiée ISO 14 001, elle a conduit des actions concrètes d'amélioration pour l'eau… et l'air : bacs de rétention pour ses produits chimiques, analyse atmosphérique pour les rejets de poussière d'aluminium issues des activités de soudure, micro station pour traiter les eaux utilisées pour nettoyer les produits. La CCI du Doubs a apporté son aide sur les projets d'investissements et assuré un conseil dans ces démarches environnementales. « *Cette collaboration est primordiale pour notre entreprise pour savoir quelles peuvent être les contraintes et la réglementation dans nos prochains projets.* » ajoute Mathieu Bole-Richard « *La préservation de l'environnement et de La Loue en particulier est aujourd'hui totalement intégré au projet d'entreprise* », conclut-il.



BESANÇON

Union de commerçants : un esprit positif

Depuis le 12 mai, Pierre Bouvier préside l'Union des Commerçants Bisontins (UCB). Un mandat que ce commerçant de la Grande Rue, qui dirige la boutique de jouets en bois « *La Paillotte* », annonce vouloir exercer de manière positive. « *Mon souhait est que le centre-ville et ses commerçants capitalisent sur leurs atouts respectifs : l'architecture de la ville, sa vitalité, sa diversité, son charme, l'accueil et le dynamisme de ses professionnels, le tout dans un esprit constructif !* » Pour Pierre Bouvier, il n'est plus temps d'opposer zones commerciales et cœur de ville : « *Je suis un transfuge de la grande distribution et je sais que ce que nous offrons n'a rien à voir. Aujourd'hui, il y a eu pas mal de changements – dont le tram- il va falloir en tenir compte et travailler tous ensemble dans un esprit de dialogue et de concertation avec ceux qui œuvrent pour le centre-ville.* » Une feuille de route est en préparation avec comme premier objectif l'augmentation du nombre d'adhérents. « *Pour moi, être président de l'UCB c'est remettre les commerçants et les clients au centre des préoccupations dans la Boucle mais aussi s'unir avec les quartiers alentours* ». Tout un programme.

+ sur www.commercants-besancon.com

Union des Commerçants de Besançon

25, rue Megevand - Besançon

Tel : 03.81.82.88.88

← Jean-Pierre Bouvier, président de l'UCB.

CIRCUIT COURT

Le pari des agriculteurs du Pays de Montbéliard

Pour ne pas disparaître, les huit exploitations de cette zone périurbaine ont créé leur magasin installé à deux pas de l'A36.

La boutique a ouvert le 1er décembre 2013. Les premiers yaourts fabriqués sur place ont été vendus début avril, et les premiers fromages à pâte molle fin avril. « *On devrait arriver à produire 2000 petits fromages par jour. Pour que ce soit rentable, il faut qu'on traite 1 million de litres de lait par an* », explique André Alix, agriculteur du Pays de Montbéliard et cheville ouvrière de ce projet de valorisation agricole en zone périurbaine. « *Nous sommes les huit dernières exploitations agricoles du Pays de Montbéliard, soit une vingtaine d'agriculteurs, et nous pensons qu'il y a un avenir pour cette zone. Depuis 50 ans, nous voyons les exploitations disparaître. Cela nous fait mal, le pays est quand même à l'origine de la vache montbéliarde…* » Le projet s'est inscrit dans un programme « *circuits courts* » de la chambre d'agriculture et a mis trois ans à se mettre en place. Sous la marque « *Fromagerie de Montbéliard* », des fromages aux noms locaux sont en train de voir le jour, à pâte molle ou pressée : le Montbéliardais, l'Audincourtois, le Mandubien, le Wurtemberg… La fromagerie est installée en face de l'Axone et emploie sept personnes. Un site Internet devrait bientôt voir le jour pour particuliers et professionnels. Le pari était un peu fou : à eux tous, les agriculteurs ont réuni 1 million d'euros et il faut maintenant rentabiliser. « *Le pari du magasin est gagné, il reste maintenant à gagner celui de la distribution* », confie André Alix.



Battant-Arènes : les rues bisontines de la musique

chorus Les magasins des rues Battant et d'Arènes sont connus de tous les musiciens. Ce regroupement d'activités spécialisées sur un même secteur fut longtemps une force. Aujourd'hui, changements urbains et multiplication des offres sur internet affectent cette belle homogénéité. Pour autant certains veulent croire qu'ils ont encore une place à y défendre.

C'est un phénomène à la parisienne où, rues de Douai et de Rome, se concentre l'essentiel des magasins dédiés à la musique, à proximité du conservatoire. Le phénomène a touché Besançon au fil des ans. Le premier fut Bietry, dont le père, facteur de piano, s'installa en 1950 au 25 rue d'Arènes. Il lança ainsi un vaste mouvement qui fait qu'aujourd'hui tous les musiciens, amateurs ou professionnels, appellent ce triangle des rues Battant et d'Arènes, « *la rue de la musique* ». Le fils, Gilbert Bietry, s'installa, quant à lui, vers 1976 au numéro 35 de la même rue. Leaders en leur domaine -le classique et l'acoustique- les Bietry furent alors rejoints par d'autres. « *C'est historique* » justifie Christian Mourey, propriétaire depuis 1976 de Battant Musique (23 rue Battant) : « *Au XIXe siècle, ces rues étaient celles des abattoirs. Et on y recyclait les boyaux de moutons en cordes d'instruments.* » Plus d'une dizaine de magasins sont aujourd'hui concentrés ici. Mais, en 2014, si tous justifient s'être installés là pour rejoindre la communauté des « *marchands de musique* », au cœur d'un « *faubourg* » aimé des artistes, tous ne sont pas sûrs d'y rester. XXIe siècle, développement d'Internet, multiplication d'offres... auxquels localement, on peut ajouter des changements « *les travaux du tram, un déménagement du Conservatoire et une ambiance qui n'est plus tout à fait ce qu'elle était* ». La rue de la musique a-t-elle perdu de sa superbe ?



↑ **Le quartier Battant-Arènes réunit 16 enseignes de musiques.**

Pas sûr. Crossroad, par exemple, (37 rue Battant), installé depuis juin 2012, ne cache pas que son implantation correspond « *à une stratégie commerciale : c'est comme la rue Bersot, la rue des restaurants. Si je veux sortir, je n'ai qu'à regarder chaque menu affiché sans traverser la ville.* » Même son de cloche chez le benjamin de la bande, le jeune (23 ans) Romain Espuche (Ness Music, 18 rue d'Arènes) qui a racheté en octobre 2013 le magasin, dans lequel il était apprenti : « *À nous seuls, on ne peut pas faire face à la demande. J'ai sympathisé avec mes collègues. Je n'hésite pas à leur envoyer des clients. Et si demain, l'un d'eux partait, ça me navrerait...* » Pas sûr que tous pensent encore la même chose... Bietry Musique, par exemple, envisage de déménager « *sur 500 à 600 m² avec parking et en dehors de la ville. J'ai été la locomotive de ce quartier. J'ai connu une situation idéale. Aujourd'hui, je dispose d'une belle image de marque.* » Jean-Charles Valley (Data Music) serait presque prêt à suivre - « *mais j'ai quatre magasins...* ». Renaud Chadeuf (Reno Music, 36 rue d'Arènes) reconnaît très lucidement qu'il « *y a 13 ans, quand je me suis installé, j'avais besoin de cette attractivité. Aujourd'hui, je me suis fait ma clientèle.* » Une clientèle qui, tous le confirment, vient souvent de loin : de toute la Franche-Comté, de Bourgogne, voire de Suisse.

REPRISE

L'Intranquille à Pontarlier : une librairie en plus de l'édition



L'Intranquille, éminente librairie créée il y a 11 ans à Pontarlier, n'est pas si tranquille. Cette librairie vit depuis mars dernier un renouveau grâce à Emmanuel Vandelle, connu sur le Grand Est pour ses Éditions du Belvédère. Tandis que Michel Méchiet, l'ancien propriétaire, ouvre sa librairie « *L'Intranquille-Plazza* » à Besançon, Emmanuel Vandelle reprend la librairie pontissalienne, l'une des trois principales librairies franc-comtoises. A charge pour cet éditeur de développer « *L'Intranquille-Mirabeau* », généraliste et bien ancrée sur son territoire. « *Mais vendre les livres issus de nos éditions, n'est pas le but fondamental* » précise cet amoureux des livres, qui, d'entrée, préconise un agrandissement de la structure, puis à venir, un site internet « *d'abord informatif sur nos rencontres, entres autres avec les auteurs, puis de vente.* » D'ailleurs, les Éditions du Belvédère, qui publient une cinquantaine d'ouvrages chaque année, ont bien d'autres projets : notamment un bureau et une galerie d'art à Strasbourg puis un ancrage plus affirmé en Suisse romande. Le « *Belvédère holding* », soit l'Intranquille et les Éditions du Belvédère, fourmille de projets : 2015 sera leur grande année.

+ sur www.editions-belvedere.com

E-COMMERCE

La belle aventure de mode-in-motion.com

C'est déjà une sucess story. En 2009, Christophe Lagrange décèle une opportunité. La vente en ligne progresse dans le secteur de la mode mais personne n'a encore trouvé le bon positionnement pour la vente de montres. Les « pure players » hésitent entre l'esprit discount et un luxe exclusif, leurs sites sont perfectibles et leur identité mal affirmée. En créant Mode in Motion, le jeune dirigeant bisontin (passé par IMÉA, l'école de commerce de la CCI) fait le pari qu'un acteur de la vente en ligne peut, si son service est exceptionnel, développer une identité forte, gage de confiance pour les marques comme pour les internautes. Son positionnement, il l'affirme dans le nom du site : ce sera la mode, l'esprit du temps, le plaisir de la nouveauté et la découverte des créateurs. Il associe montre et bijou parce que le geste est le même. Mais surtout il conçoit un site internet qui anticipe tous les besoins du client. La navigation se prête à tous les types de recherche (par marque, par famille, par look, par prix, par matière…), les photos font parfaitement leur travail (même les écrins sont montrés), les offres thématiques sont originales et pertinentes, les conditions d'échange sont rassurantes et les délais d'expédition ultra rapides… C'est tout à la fois ergonomique, ludique et élégant. Et le résultat est là : 67 000 clients, par le seul bouche à oreille, et toutes les grandes marques sont présentes sur le site. Installée à Valentin, l'entreprise emploie désormais 20 personnes. Elle a créé son propre studio photo, a opéré deux levés de fonds (en 2013 et 2014) et s'apprête à lancer sa première campagne de communication. Un site en version allemande est en cours de développement et une boutique Mode In Motion a été ouverte à Gray, une façon concrète de rester à l'écoute des consommateurs.

+ sur www.mode-in-motion.com

SERVICES

La magie des cabanes des Grands Lacs

succès Si elles proposent la pleine nature à portée de main, les 21 cabanes sont le fruit d'une stratégie imaginative et innovante.



↑ **Les Cabanes des Grands Lacs : 13 cabanes dans les arbres et 8 sur l'eau, réparties sur un somptueux domaine de 150 hectares. En 2014, 2 cabanes flottantes ont été créée avec SPA en terrasse.**

Les Cabanes des Grands Lacs, au Val de Bonnal (70), ne fascinent pas seulement les nouveaux Robinson amateurs de retour à la nature. L'entreprise créée par Gaspard de Moustier en 2008 attire aussi les regards de ceux qu'intéressent l'économie et le développement touristique. Dans un contexte très concurrentiel, les Cabanes des Grands Lacs affichent en effet une réussite exemplaire, saluée en 2013, à Berlin, lors du Salon mondial du tourisme où le jeune dirigeant s'est vu décerner la Palme d'argent dans la catégorie des courts séjours.

Il serait facile de dire que le projet a épousé l'air du temps. Il est vrai que l'hébergement nature (cabanes, yourtes et autres tipis) fut la grande idée touristique des dix dernières années. Le phénomène a donné naissance à un véritable marché. Les offres se sont multipliées très rapidement, dans toutes les régions. Les cabanes ont fleuri comme des fruits pleins de promesse. Et puis le marché a mûri, corrigeant une sorte de malentendu. On a cru que le visiteur se contenterait du chant des oiseaux et de l'odeur des planches fraîchement sciées. En réalité, ce public, des amoureux de la nature, a des exigences qualitatives très élevées. Il veut la rosée du matin et le confort d'une excellente literie. Il veut aussi la certitude que son hébergeur est sincère et cohérent dans sa démarche environnementale.

C'est ce qu'à parfaitement compris Gaspard de Moustier. Ses 21 cabanes (13 dans les arbres et 8 sur l'eau), réparties sur un somptueux domaine de 150 hectares, offrent tout cela : une implantation respectueuse du site, des intérieurs aménagées avec raffinement, des équipements de qualité, des pratiques responsables et un service attentif.

Mais la principale raison du succès tient sans aucun doute à la capacité d'innovation de l'entreprise. Pas une saison sans nouveauté. Après les cabanes « *sportives* » (accessibles par pont de singe, ou par tyroliennes pour les plus haut perchées), les cabanes duo prestiges, les cabanes familiales… 2014 a ainsi vu la création de deux cabanes flottantes avec leur spa en terrasse. Même imagination du coté des services avec de nouvelles offres gourmandes issues du terroir. Si l'on ajoute à cela une communication intelligemment basée sur les réseaux sociaux, on ne s'étonnera pas que Gaspard de Moustier (fort d'un taux de remplissage de 87 % pour ses cabanes haut-saônoises), s'apprête à développer quatre projets similaires (trois en France et un en Espagne). De futures adresses pour ceux qui aiment dormir la tête dans les étoiles.

+ sur www.cabanes-desgrands-lacs.com



SERVICES

Share and Move ou la mobilité pour les pros

concept Spécialisée dans les solutions de mobilité, la start-up de Montbéliard propose une réponse sur-mesure pour professionnels, événementiel et collectivités.

Share and Move Solutions est le bébé de Grégory Chippeaux. Pour décrocher son master « *Produits et services multimédia* », le créateur d'entreprise avait travaillé sur la thématique du covoiturage professionnel et souhaitait pousser l'aventure un peu plus loin. « *Le concept commençait à émerger et l'idée était de poursuivre l'expérience.* » Créée en 2010 sur le site de Numérica, la start-up vit grâce au développement de solutions logicielles et informatiques, une activité qui permet à la petite équipe de quatre personnes de garder l'esprit ouvert et d'élargir ses marchés. Mais elle peaufine parallèlement son savoir-faire en mobilité et, contrairement à ses concurrents, privilégie le sur-mesure. « *Une navette, un TER, un parking… On s'adapte à tous les besoins du client, jusqu'à créer une application dédiée. Derrière chaque projet il y a une approche écologique, économique et sociale* », assure le dirigeant. « *Aujourd'hui, nous sommes arrivés à un bon compromis entre l'assistanat et le tout automatique.* » Les Eurockéennes, le Moloco, le SDIS du Haut-Rhin… lui ont déjà fait confiance. Prochaines étapes : le développement national et la commercialisation de la version 1 de sa solution, mais aussi la recherche de fonds d'investissement pour mieux se développer. Agréée « *Organisme de recherche privée* », la petite entreprise ouvre droit au crédit d'impôt.



↑ **Fondateur Share and Move, Grégory Chippeaux gère une équipe de 4 personnes.**

+ sur www.shareandmove.fr

EGC FRANCHE-COMTÉ

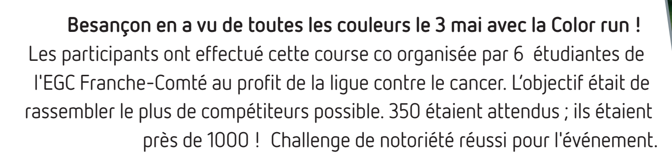
Les étudiants relèvent le défi

Les étudiants des campus du Doubs de l'EGC Franche-Comté ont relevé le défi de réaliser un projet de A à Z au profit d'une association. Une manière pour eux de mettre en pratique leurs cours et de déployer leur énergie au service d'une bonne cause.

Campus Besançon



Le 3 avril dernier, 6 étudiants de l'EGC ont rassemblé plus de 1 200 personnes au grand vide grenier pour le petit Tom. Organisé sur le parking de la CCI, qui avait mis les lieux à disposition, il a permis de louer les emplacements et de récolter les bénéfices de la petite restauration pour Tom, 7 ans. Ce petit garçon atteint d'une maladie orpheline uniquement soignée en Grande-Bretagne doit faire régulièrement des séjours à Londres. Pour aider ses parents à l'accompagner et à rester près de lui durant le traitement les étudiants leur ont remis un chèque de 4 100 euros !



Besançon en a vu de toutes les couleurs le 3 mai avec la Color run ! Les participants ont effectué cette course co organisée par 6 étudiantes de l'EGC Franche-Comté au profit de la ligue contre le cancer. L'objectif était de rassembler le plus de compétiteurs possible. 350 étaient attendus ; ils étaient près de 1000 ! Challenge de notoriété réussi pour l'événement.



Pour l'association "Espoir en Tête" qui aide la recherche sur le cerveau, 4 étudiants de l'EGC Franche-Comté se sont mobilisés pour vendre des produits régionaux aux championnats d'Europe de BMX. Le parcours d'initiation imaginé et mis en place par les étudiants pour donner envie aux enfants de pratiquer le BMX a connu un franc succès. Bilan : 800 euros.

Campus Montbéliard

Dimanche 4 mai, le cani cross organisé par 3 étudiants EGC de Montbéliard. L'objectif était de récolter des fonds pour la SPA d'Allondans. Ils ont donc effectué la promotion de la manifestation, l'organisation dans son ensemble avec l'aide de Franche-Comté cani cross. Des enfants et adultes accompagnés de chiens ont pris le départ pour des courses ludiques de plusieurs kilomètres. Les inscriptions et les bénéfices des stands ont été reversés à la SPA pour un montant de 355 euros.



FORMATION

ENTREPRENEURIALES

La création d'entreprise en ligne de mire



2 étudiants de l'EGC Franche-Comté ont remporté le prix « *coup de cœur* » des Entrepreneuriales. Oussama ZEHOUANI et Thomas KILLHERR étudiants en 3e année de EGC Franche-Comté sur le campus de Montbéliard ont présenté leur projet : une plateforme web de fidélisation.
Les Entrepreneuriales sont un programme national d'entraînement terrain à la découverte de la création d'entreprise. Basé sur la pédagogie du « *Learning by doing* » pour apprendre à créer son entreprises tout en étant étudiant, le projet est ouvert à tout étudiant et affiche une seule ambition : Former les entrepreneurs de demain !

QUIZ

Familiariser les élèves avec l'économie franc-comtoise

Ils étaient près de 250, le 15 avril dernier, rassemblés à la Maison de l'Économie avec leurs enseignants. 20 équipes de lycéens se sont affrontées lors de quarts de finale, demi-finales et finale. Créé il y a 4 ans par la CCI du Doubs, le Quiz Eco est aujourd'hui régionalisé et organisé par la CCI Franche-Comté. Cette action éducative est destinée notamment à mieux faire connaître le tissu économique régional et à promouvoir l'esprit d'entreprise auprès des élèves de Seconde des lycées de la région.



↑ Les finalistes :
Lycée Pergaud Besançon :
Matthis Fort, Julien Minet et Joao Diakanua
Lycée Cuvier Montbéliard :
Antoine Monnier, Celin Sid et Salima Ben Hadduo

20 équipes pour 9 lycées : Lycée Cuvier-Montbéliard/Lycée Colomb-Lure/Lycée Haag-Besançon/Lycée Pergaud-Besançon/Lycée Pasteur Mont-Roland-Dole/Lycée Duhamel-Dole/Lycée Courbet-Belfort/Lycée Follereau-Belfort/Lycée Xavier Marmier- Pontarlier.

4 partenaires : CCI Franche-Comté - Académie de Besançon - Caisse d'Epargne Bourgogne Franche-Comté - Réseau Entreprendre Franche-Comté

info'pratique

AGENDA

SALON

Micronora affiche complet du 23 au 26 septembre 2014

Le salon international des Microtechniques se déroule à Besançon Micropolis. La répartition des exposants est de 36 % de nationaux, 34 % d'étrangers, 30 % régionaux. Les applications médicales seront l'un des points forts du programme 2014.

sur www.micronora.com
03 81 25 26 42



11 SEPTEMBRE

Conjoncture et emploi dans l'Aire urbaine : impacts de la proximité suisse et allemande. Exposé, échanges et table ronde. Musée de l'aventure Peugeot à Sochaux.

contact CCI du Doubs
Christine Del Fiol T. 03 81 31 25 05

25 et 26 SEPTEMBRE

9e Rencontres Technologiques Européennes au cœur du salon Micronora à Besançon. Ces rencontres B2B à destination des entreprises, laboratoires de recherche et clusters européens sont organisées par la CCIR de Franche-Comté, en partenariat avec le réseau Enterprise Europe Network.

sur www.b2match.eu/micro-nano-event2014

23 SEPTEMBRE

La CCI du Doubs organise, dans ses locaux de Besançon à 17h30, son prochain *Atelier des Services* sur le thème : Comment réaliser une prestation de service en Suisse ? Compte tenu de sa proximité géographique et de son dynamisme, la Confédération Helvétique est un marché de diversification intéressant pour les prestataires de services franc-comtois. Même si nous partageons une langue commune avec la Suisse romande, le marché helvétique, qui n'appartient pas à l'UE, nécessite une approche particulière.

sur www.doubs.cci.fr
Nathalie Aubry-Dany
T. 03 81 25 25 93

29 SEPTEMBRE

Forum PRO EST. La 2e édition du forum « PRO EST », solutions du commerce et de l'artisanat aura lieu le 29 septembre 2014 de 9h à 19 h à l'ATRIA à Belfort.
De nombreux outils seront présentés lors d'ateliers, de témoignages de commerçants et de conférences.

sur www.forum-proest.fr

SALON

Se diversifier dans l'aéronautique

La CCI propose aux PME industrielles de participer au SIANE à Toulouse du 21 au 23 octobre prochain. Le Salon des partenaires de l'industrie du grand sud (SIANE) offre aux entreprises la possibilité de profiter du boom économique de la région Midi-Pyrénées. Outre l'aéronautique, il leur permet de rencontrer les acteurs d'autres activités industrielles : automobile, médical, électronique ... Le collectif est limité à 10 entreprises sur l'espace Franche-Comté. Cette action est conduite dans le cadre du projet Filauto.

En savoir Tony Roy - CCIR Franche-Comté
03 81 31 25 24

Fin des tarifs réglementés d'électricité et de gaz

D'ici 18 mois l'ensemble des tarifs réglementés de vente seront supprimés. Il appartiendra aux entreprises de consulter divers fournisseurs pour un nouveau contrat. Cette suppression peut être l'occasion de refaire un point sur votre consommation d'énergie, sur l'efficacité énergétique de votre entreprise... Votre conseiller CCI peut vous accompagner dans la réalisation d'un "état des lieux énergie" de votre site (évaluation des postes de consommations, identification des sources d'économies possibles au niveau de votre bâtiment, de vos machines, etc.). Pour l'électricité, La suppression des tarifs réglementés aura lieu le 1er janvier 2016. Elle concernera tout consommateur ayant souscrit un contrat pour une puissance supérieure à 36 kVA pour un site situé en France métropolitaine continentale.

La suppression des tarifs réglementés pour le gaz naturel se fera par étape :

- depuis le 19 juin 2014 pour les très gros consommateurs directement raccordés au réseau de transport.
- Le 1er janvier 2015 pour les sites dont la consommation est supérieure à 200 MWh par an (supermarchés, bureaux, sites industriels par exemple) et qui sont raccordés au réseau de distribution.
- Le 1er janvier 2016 pour les sites dont la consommation est comprise entre 30 et 200 MWh par an (PME, restaurants, bureaux, commerce de proximité par exemple).

En savoir CCI du Doubs
03 81 25 25 85 - 03 81 25 25 70

Rubrique réalisée en collaboration avec la CCIR Franche-Comté service Europe Entreprise Europe Network

Financement des projets innovants dans les PME : nouveau dispositif européen

« Instrument PME » tel est le nom du nouveau dispositif simplifié qui permettra de soutenir les projets innovants de PME sans obligation de partenariat transnational et dans des délais d'instruction raccourcis.
Ce dispositif fonctionnera en 3 phases (de la faisabilité des projets à la mise sur le marché des innovations)
Au niveau européen, 3 milliards d'euros sont réservés à cet instrument PME sur la période 2014-2020.
Le réseau Enterprise Europe Network jouera un rôle officiel dans l'accompagnement des PME retenues au titre de ce dispositif. Des coachs externes pourront également épauler les entreprises qui le souhaitent. Un appel à candidatures est d'ailleurs en cours pour sélectionner les futurs coachs. Les experts franc-comtois (chercheurs, industriels, consultants) sont invités à répondre à cet appel à candidature permanent pour se faire référencer par l'UE

Marquage CE : adoption du «paquet alignement»

8 directives prévoyant le marquage CE ont été révisées en mai 2014. Ces textes dont certains, tels la directive basse tension ou encore la directive CEM (compatibilité électromagnétique), concernent de nombreuses entreprises, sont désormais « alignés » sur les dispositions type de la décision 768/2008 qui institue « un cadre commun pour la commercialisation des produits en Europe ».
Les obligations et responsabilités des différents acteurs de la chaîne économique (fabricant, , mandataire, importateur, distributeur sous sa marque, distributeur) sont désormais clarifiées et renforcées, de même que les exigences en matière de traçabilité.
Après une période transitoire, ces textes seront applicables en avril 2016.
A cette date les nouvelles références des directives concernées devront figurer dans les déclarations de conformité UE.

En savoir + : CCIR service Europe :
europe@franche-comte.cci.fr
Tél. 03 81 47 42 13
Jean-Michel CHAUVIN

vu/lu

PROMENADES

Jardins nomades : jusqu'au 19 octobre



Dans l'arc de cercle qui garde la mémoire des potagers ouvriers de la Saline royale, les jardins génèrent une cartographie imaginaire où les plantes vagabondes, voyagent et se ressèment, portées par le vent, les insectes et les oiseaux.

Horaires : 9h00 à 18H00/19h00 en juillet et août



sur www.salineroyale.com

RELIURES & MANUSCRITS

La bibliothèque des Granvelle



L'exposition présente deux aspects des bibliophiles que furent les Granvelle : d'une part les collectionneurs de manuscrits (manuscrits parisiens aux délicates miniatures ; manuscrits italiens du xv[e] siècle avec leurs encadrements somptueusement enluminés dont plusieurs proviennent de la bibliothèque des rois aragonais de Naples) ; d'autre part les reliures, commandées aux meilleurs ateliers vénitiens et parisiens, par Antoine de Granvelle. S'y ajoutent quelques œuvres rares telle la Magnifique et somptueuse pompe funèbre aux gravures enluminées publiées lors des obsèques de Charles Quint en 1559. Comme tous les grands personnages de leur temps, les Granvelle, cultivés, humanistes, amateurs d'art, au service de l'empereur Charles Quint, du roi d'Espagne Philippe II ou de l'empereur Rodolphe, aimaient les livres.

Musée du Temps - Palais Granvelle - Besançon
du 14 juin au 5 octobre

LIVRES

Sous le parasol : du canal Saint Martin à la Sicile

Pour l'été, voici deux auteurs très différents qui savent nous captiver avec des histoires à faible dose d'hémoglobine mais offrant des aventures colorées et fortement assaisonnées d'humour. Dominique Sylvain, en une dizaine de romans, met en scène tantôt Lola, commissaire en retraite mais pour qui enquêter est une addiction, tantôt Louis Morvan, détective privée du quartier Saint Martin, habituée du « *clairon des copains* » - bistrot où se nouent beaucoup d'intrigues. Louise n'hésite pas à prendre tous les risques pour arriver à ses fins, parfois en concurrence avec son amant, le divisionnaire Clémenti. Ses enquêtes la conduisent dans différents milieux de la capitale à bord de la vieille Aston Martin que son oncle lui a léguée en même temps que l'agence d'investigations, l'une compensant l'autre.

Le climat est bien différent en Sicile, dans la saga contant les différentes enquêtes du commissaire Montalbano – d'autant que le traducteur rend fidèlement les tournures pittoresques du parler local. Ce héros a un point faible : la gourmandise ; il est fou de rougets « *al forno* » ou de farfale « *alla vongole* » et en commande volontiers deux portions. Ce qui ne l'empêche pas de rouler dans la farine le « *Questeur* » farouche défenseur de l'ordre établi (qui doit beaucoup à la mafia locale) et de démasquer les coupables. Il entretient depuis le début de la collection une relation avec Livia – journaliste vivant à huit cents kilomètres – évoluant en mode : je t'aime, moi non plus.

Deux conteurs de latitudes et de styles bien distincts mais qui proposent l'un et l'autre un divertissement estival qui donne le sourire.

Dominique Sylvain : La nuit de Geronimo, le roi lézard etc.
Editions Viviane Hamy
Andréa Camilleri : Les ailes du sphinx, la patience de l'araignée, etc. - Editions Pocket



Bernard Sertout

SEGER, Promoteur Immobilier d'Exception

Investir Beau, Bien et pour Longtemps

INVESTIR SÛREMENT, c'est envisager son investissement sur le long terme. Choisir un appartement neuf, sans travaux à venir, doté de toutes les normes de confort actuel, parfaitement situé et capable de prendre de la valeur avec le temps, est une option idéale.

SEGER, PROMOTEUR IMMOBILIER D'EXCEPTION, a développé depuis 38 ans un vrai style, reconnaissable d'entre tous, intemporel et élégant, sans céder à la mode des architectures ultra modernes qui ne le seront plus demain.

Tous ceux qui cherchent à transmettre un vrai patrimoine durable, s'assurer plus tard un complément de retraite, s'offrir l'opportunité de réduire leurs impôts*, choisissent SEGER comme partenaire, car **la pierre d'exception est la seule vraie valeur refuge pour l'avenir.**



Chemin des Ragots à Besançon



20 Avenue Fontaine-Argent à Besançon

* **Simulation fiscale :** couple, 1 enfant, revenu fiscal 49 500 €, imposition : 3 582 €
Impôts après défiscalisation : 512 € (achat T2 résidence DÔME IMPERIAL)

Habitez la Qualité Durable

03 81 53 81 00 www.seger.fr

